

**TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK
RESTORAN NIKKOU RAMEN YOGYAKARTA**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan**



**Disusun Oleh:
Ardina Hariasari
NIM 10511244015**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TEKNIK BOGA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2015**

TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK RESTORAN NIKKOU RAMEN YOGYAKARTA

Oleh:
Ardina Hariasari
NIM. 10511244015

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini yaitu: (1) mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen di Nikkou Ramen, (2) mengetahui faktor mana yang paling dominan terhadap kepuasan di Nikkou Ramen.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian ini dilaksanakan di Restoran Nikkou Ramen. Waktu penelitian dimulai pada bulan Januari 2014 sampai April 2015. Populasi penelitian adalah semua konsumen Nikkou Ramen kurang lebih 100 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan teknik *simple random sampling* dengan menggunakan Tabel Issac dengan taraf signifikan 5% sehingga didapat sampel dengan jumlah 78 orang. Metode pengumpulan data menggunakan angket. Analisis data dilakukan dengan analisis deskriptif program SPSS v.13.

Hasil penelitian diketahui bahwa: (1) faktor yang mempengaruhi pada tingkat kepuasan konsumen terhadap produk Nikkou Ramen Yogyakarta adalah dari faktor kualitas produk terdiri dari *conformance*, pelayanan, estetika, *perceived quality* dan dari faktor kualitas jasa terdiri dari *responsiveness*, *assurance*, *empathy*. (2) faktor yang paling dominan terhadap kepuasan konsumen di Nikkou Ramen adalah dari kualitas jasa yaitu *responsiveness*.

Kata Kunci: Kepuasan Konsumen, Produk Nikkou Ramen

LEMBAR PERSETUJUAN

Tugas Akhir Skripsi dengan Judul

TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK RESTORAN NIKKOU RAMEN YOGYAKARTA

Disusun oleh:

Ardina Hariasari

NIM. 10511244015

Telah memenuhi syarat dan disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk
dilaksanakan Ujian Akhir Skripsi bagi yang bersangkutan

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Pendidikan Teknik Boga

Yogyakarta, Maret 2015
Disetujui,
Dosen Pembimbing



Sutriyati Purwanti, M.Si
NIP. 19611216 198803 2 001



Sutriyati Purwanti, M.Si
NIP. 19611216 198803 2 001

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Skripsi

TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK RESTORAN

NIKKOU RAMEN YOGYAKARTA




Disusun oleh:

Ardina Hariasari

NIM. 10511244015

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir Skripsi Program Studi Pendidikan Teknik Boga Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta pada tanggal 21 April 2015

TIM PENGUJI

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
Sutriyati Purwanti, M.Si	Ketua Penguji		21 April 2015
Titin Hera Widi H., M.Pd	Sekretaris		21 April 2015
Dewi Eka Murniati, M.M	Penguji		21 April 2015

Yogyakarta, Mei 2015

Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta

Dekan,



Dr. Moch Bruri Triyono

NIP. 19560216 198603 1 003

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ardina Hariasari
NIM : 10511244015
Program Studi : Pendidikan Teknik Boga
Judul TAS : Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk
Restoran Nikkou Ramen Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah lazim.

Yogyakarta, Maret 2015

Yang Menyatakan,



Ardina Hariasari

NIM. 10511244015

MOTTO

Yakinlah ada sesuatu yang menantimu selepas banyak kesabaran (yang kau jalani) yang akan membuatmu terpana hingga kau lupa pedihnya rasa sakit. (Imam Ali Ibn Abi Thalib AS)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan kepada:

Kedua orang tua Bapak Untung Haryono dan Ibu Sri Lestari yang telah memberikan segalanya yang dibutuhkan, memberikan doa, dan kasih sayangnya.

Kakak tercinta Adhitya, Lucy, Okky yang selalu memberikan semangat.

Sahabat-sahabatku Marselina, Azizy, Shellaisya, Annisa yang memberikan bantuan, dukungan, dan semangat selalu saat dibutuhkan.

Teman-teman PT. Boga angkatan 2010 yang telah memberikan semangat untuk berjuang bersama

Almamaterku universitas Negeri Yogyakarta

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas berkat rahmat dan hidayah-Nya Tugas Akhir Skripsi (TAS) dalam rangka untuk memenuhi sebagian persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana Pendidikan dengan judul “Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Produk Restoran Nikkou Ramen” dapat disusun sesuai dengan harapan. Tugas Akhir Skripsi ini dapat diselesaikan tidak lepas dari bantuan dan kerjasama dengan pihak lain. Berkenaan dengan hal tersebut, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Sutriyati Purwanti, M.Si selaku Dosen Pembimbing TAS, Ketua Penguji, dan Ketua Program Studi Pendidikan Teknik Boga yang telah banyak memberikan semangat, dorongan dan bimbingan selama penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini.
2. Dewi Eka Murniati, M.M selaku Validator Instrumen penelitian TAS dan Penguji yang memberikan saran/masukan perbaikan sehingga penelitian TAS dapat terlaksana sesuai dengan tujuan.
3. Titin Hera Widi H., M.Pd selaku Sekretaris Penguji yang memberikan koreksi perbaikan secara komprehensif terhadap TAS ini.
4. Noor Fitrihana, M.Eng selaku Ketua Jurusan Pendidikan Teknik Boga beserta dosen dan staf yang telah memberikan bantuan dan fasilitas selama proses penyusunan pra proposal sampai dengan selesainya TAS ini.
5. Dr. Moch Bruri Triyono selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta yang memberikan persetujuan pelaksanaan TAS.
6. Bapak Baim selaku pemilik Nikkou Ramen yang telah memberi ijin dan bantuan dalam pelaksanaan penelitian TAS ini.

7. Para staf Nikkou Ramen yang telah memberi bantuan memperlancar pengambilan data selama proses penelitian TAS ini.
8. Semua pihak, secara langsung maupun tidak langsung, yang tidak dapat disebutkan disini atas bantuan dan perhatiannya selama penyusunan TAS ini.

Akhirnya, semoga segala bantuan yang telah diberikan semua pihak di atas menjadi amalan yang bermanfaat dan mendapatkan balasan dari Allah SWT dan Tugas Akhir ini menjadi informasi bermanfaat bagi pembaca atau pihak lain yang membutuhkannya

Yogyakarta, Maret 2015
Penulis,

Ardina Hariasari
NIM. 10511244015

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Batasan Masalah	4
D. Rumusan Masalah	4
E. Tujuan Penelitian	5
F. Manfaat Penelitian	5

BAB II. KAJIAN TEORI

A. Kajian Teori	6
1. Produk	6
2. Jasa	10
3. Kepuasan Konsumen	13
4. Restoran	20
B. Penelitian yang Relevan	21
C. Kerangka Berfikir	22

BAB III. METODE PENELITIAN

A. Jenis atau Desain Penelitian	24
B. Tempat dan Waktu Penelitian	25
C. Populasi dan Sampel Penelitian	25
D. Definisi Operasional Variabel Penelitian	26
E. Teknik dan Instrumen Penelitian	27
F. Validitas dan Reliabilitas Instrumen	28
G. Teknik Analisis Data	33

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data	37
-------------------------	----

B. Pembahasan Hasil Penelitian	83
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	88
B. Keterbatasan Penelitian	88
C. Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN-LAMPIRAN	90

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Kisi-Kisi Instrumen	27
Tabel 2. Kesahihan Butir Kualitas Produk Harapan	30
Tabel 3. Kesahihan Butir Kualitas Jasa Harapan	30
Tabel 4. Kesahihan Butir Kualitas Produk Kenyataan	31
Tabel 5. Kesahihan Butir Kualitas Jasa Kenyataan.....	33
Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Harapan	33
Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas Kenyataan.....	38
Tabel 8. Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin	39
Tabel 9. Distribusi Frekuensi Pekerjaan	39
Tabel 10. Distribusi Frekuensi Daerah Tempat Tinggal	40
Tabel 11. Distribusi Frekuensi Kedatangan	40
Tabel 12 Distribusi Frekuensi Umur	41
Tabel 13. Deskripsi Data Kualitas Produk Harapan	42
Tabel 14. Hasil Perhitungan Kategorisasi Fungsi	43
Tabel 15. Hasil Perhitungan Kategorisasi Fitur	45
Tabel 16. Hasil Perhitungan Kategorisasi Keandalan	46
Tabel 17. Hasil Perhitungan Kategorisasi <i>Conformance</i>	47
Tabel 18. Hasil Perhitungan Kategorisasi Usia Produk	48
Tabel 19. Hasil Perhitungan Kategorisasi Pelayanan	50
Tabel 20. Hasil Perhitungan Kategorisasi Estetika	48
Tabel 21. Hasil Perhitungan Kategorisasi <i>Perceived Quality</i>	53
Tabel 22. Deskripsi Data Kualitas Produk Kenyataan	53
Tabel 23. Hasil Perhitungan Kategorisasi Fungsi	54
Tabel 24. Hasil Perhitungan Kategorisasi Fitur	55
Tabel 25. Hasil Perhitungan Kategorisasi Keandalan	56
Tabel 26. Hasil Perhitungan Kategorisasi <i>Conformance</i>	57
Tabel 27. Hasil Perhitungan Kategorisasi Usia Produk	58
Tabel 28. Hasil Perhitungan Kategorisasi Pelayanan	47
Tabel 29. Hasil Perhitungan Kategorisasi Estetika	59
Tabel 30. Hasil Perhitungan Kategorisasi <i>Perceived Quality</i>	49
Tabel 31. Deskripsi Data Kualitas Jasa Harapan	65
Tabel 32. Hasil Perhitungan Kategorisasi <i>Tangibles</i>	66

Tabel 33. Hasil Perhitungan Kategorisasi <i>Reliability</i>	67
Tabel 34. Hasil Perhitungan Kategorisasi <i>Responsiveness</i>	69
Tabel 35. Hasil Perhitungan Kategorisasi <i>Assurance</i>	70
Tabel 36. Hasil Perhitungan Kategorisasi <i>Emphaty</i>	71
Tabel 37. Deskripsi Data Kualitas Jasa Harapan	72
Tabel 38. Hasil Perhitungan Kategorisasi <i>Tangibles</i>	73
Tabel 39. Hasil Perhitungan Kategorisasi <i>Reliability</i>	74
Tabel 40. Hasil Perhitungan Kategorisasi <i>Responsiveness</i>	76
Tabel 41. Hasil Perhitungan Kategorisasi <i>Assurance</i>	77
Tabel 42. Hasil Perhitungan Kategorisasi <i>Emphaty</i>	78
Tabel 43. Persentase Kualitas Produk Harapan dan Kenyataan.....	77
Tabel 44. Persentase Kualitas Jasa Harapan dan Kenyataan.....	78

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Konsep Kepuasan Konsumen	16
Gambar 2. Kerangka Berfikir	23
Gambar 3. Rangking Kualitas Produk Harapan	79
Gambar 4. Rangking Kualitas Produk Kenyataan	80
Gambar 5. Persentase Kualitas Produk Harapan.....	80
Gambar 6. Persentase Kualitas Produk Kenyataan	81
Gambar 7. Rangking Kualitas Jasa Harapan	81
Gambar 8. Rangking Kualitas Jasa Kenyataan.....	82
Gambar 9, Persentase Kualitas Jasa Harapan	83
Gambar 10, Persentase Kualitas Jasa Kenyataan.....	83

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Data Uji Penelitian
- Lampiran 3. Data Penelitian
- Lampiran 4. Surat-Surat Penelitian

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pendapatan per kapita masyarakat Indonesia tahun 2013 Naik dari US\$1.100 per kapita per tahun pada 2004. Kemiskinan tinggal 11,6% dan pengangguran tersisa 5,92% (<http://whatindonews.com>). Hal ini menunjukkan bahwa bisnis dibidang makanan merupakan salah satu peluang bisnis yang cukup potensial untuk dkembangkan. Yogyakarta adalah salah satu daerah yang potensial untuk menjalankan bisnis di bidang makanan.

Yogyakarta dikenal sebagai kota pendidikan, kota pelajar, kota budaya dan wisata. Ikon ini menjadi salah satu pendukung bagi pengusaha untuk membuka usahanya di Yogyakarta. Bisnis yang berkembang di kota ini sangat beragam, mulai dari bisnis makanan (kuliner), pakaian (konveksi), kerajinan hingga bisnis perbankan. Dengan beragamnya bisnis tersebut tentu membawa dampak pada persaingan bisnis.

Bisnis yang berkembang sangat pesat adalah bisnis makanan atau dikenal dengan istilah kuliner. Semakin maraknya ragam kuliner yang disajikan dan berkembangnya jumlah gerai yang menyajikan kuliner tersebut, menjadi daya tarik untuk meneliti tentang bisnis kuliner yang difokuskan pada salah satu jenis kuliner.

Saat ini sedang berkembang makanan mie ramen. Mie ramen dikenal dari Jepang. Banyak jenis mie ramen yang ada di negara tersebut. Sekarang mie ramen sudah dikenal di berbagai negara dengan cita rasa masing-masing.

Munculnya beberapa pemain dalam bisnis Mie Ramen menunjukkan bahwa kuliner Mie Ramen dapat diterima oleh masyarakat di Yogyakarta sebagai menu makanan mereka. Di sisi lain, persaingan dalam bisnis kuliner pun tak terelakan. Berbagai strategi diluncurkan untuk menarik masyarakat untuk menikmati sajian Mie Ramen.

Terdapat gerai Mie Ramen di Yogyakarta yang dikenal masyarakat, seperti Nikkou Ramen, Hiraku Ramen, Kay Ramen, Asagaya Resto, Nagoya Fusion, Samurai Ramen, Sapporo Ramen. Salah satu gerai yaitu Nikkou Ramen yang menyajikan menu makanan Jepang yang sesuai dengan lidah nusantara yang sudah terbiasa dengan makanan berbumbu, bumbu ramen di Nikkou Ramen merupakan hasil dari inovasi pemiliknya yang memang memodifikasi bumbu (<http://kotajogja.com>).

Pada penelitian ini hanya memfokuskan pada gerai Mie Ramen, yaitu Nikkou Ramen, karena banyak konsumen yang datang dalam tiap harinya. Konsumen yang datang dapat mencapai 100 orang perharinya. Ditunjukkan banyak konsumen yang berkunjung pada saat jam makan siang tidak jarang konsumen antri diluar, karena tempat duduk konsumen sudah penuh.

Gerai utama berada di Jl. A. M. Sangaji No. 90 Yogyakarta. Berkembangnya gerai ini tentu tidak terlepas dari bentuk produk dan jasa yang diberikan kepada konsumennya. Bentuk produk dan jasa ini akan mempengaruhi pada kepuasan konsumen yang akhirnya berdampak pada peningkatan pendapatan Nikkou Ramen.

Kualitas jasa dan kualitas produk merupakan faktor penting dalam meningkatkan daya saing. Harapan dari konsumen setiap saat selalu berubah sehingga kualitas jasa dan kualitas produk yang diberikan juga harus

disesuaikan. Konsumen akan menilai layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dengan membandingkan dari perusahaan satu dengan perusahaan lain yang sejenis, juga dengan membandingkan layanan yang diterima dengan layanan yang diharapkan.

Nikkou ramen dituntut untuk dapat mengerti apa yang menjadi keinginan atau harapan konsumen dari kualitas yang diberikan agar tercipta kepuasan bagi konsumennya. Pelayanan penjualan pada Nikkou Ramen belum maksimal, yaitu fasilitas yang ada terbatas (bangunan restoran tidak terlalu luas, tempat parkir yang kurang memadai, penataan meja dan kursi yang terlalu berdekatan), tetapi itu tidak menyurutkan konsumen untuk datang ke Nikkou Ramen. Terkadang Nikkou ramen ini saat sore hari sudah tutup karena Mie Ramen sudah habis terjual. Sehingga belum diketahuanya faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen

Banyaknya gerai yang tidak dapat mencapai penjualan karena kurang tepatnya strategi pada pemuasan kebutuhan para konsumen, sehingga konsumen sulit untuk dipertahankan. Upaya untuk mempertahankan pelanggan, gerai harus terlibat langsung dalam pemenuhan kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Hal ini harus mendapat perhatian dengan tidak melupakan upaya mendapatkan pelanggan yang baru.

Dengan terciptanya kepuasan terhadap pelayanan, kenyamanan, fasilitas yang ada dalam restoran akan membawa beberapa manfaat diantaranya adalah terciptanya komunikasi mulut ke mulut yang positif terhadap restoran maupun terciptanya kesetiaan konsumen terhadap pembelian produk terhadap restoran tersebut.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat diidentifikasi permasalahan yang muncul dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Konsumen yang tidak puas akan kecewa, berhenti membeli dan mengkonsumsi produk.
2. Fasilitas yang diberikan belum maksimal, tetapi konsumen tetap datang ke Nikkou Ramen.
3. Selama ini konsumen Nikkou Ramen relatif banyak, tetapi belum diketahui sejauh mana tingkat kepuasan konsumen terhadap produk di Nikkou Ramen.
4. Restoran Nikkou Ramen setiap harinya sebelum sampai pada jam tutup, produk sudah habis terjual sedangkan konsumen lain ingin mengkonsumsi produk Nikkou Ramen.
5. Fasilitas yang ada di Nikkou Ramen terbatas, misalnya ruangan yang tidak luas membuat konsumen kurang nyaman.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan hasil identifikasi masalah di atas, jelaslah kompleks permasalahan yang dapat dikaji dalam penelitian ini. Namun, penelitian ini tidak membahas semua permasalahan di atas, sehingga diperlukan adanya batasan masalah. Penelitian ini akan difokuskan pada tingkat kepuasan konsumen terhadap produk restoran di Nikkou Ramen.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka rumusan masalahnya sebagai berikut:

1. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen di Nikkou Ramen?
2. Faktor mana yang paling dominan terhadap kepuasan konsumen di Nikkou Ramen?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan yang akan dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen di Nikkou Ramen.
2. Mengetahui faktor yang paling dominan terhadap kepuasan konsumen di Nikkou Ramen.

F. Manfaat Penelitian

Sesuai dengan tujuan penelitian maka manfaat penelitian dapat disebutkan sebagai berikut:

1. Bagi restoran Nikkou Ramen

Dapat mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen, sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

2. Bagi peneliti
 - a. Melatih mahasiswa dalam mengaplikasikan ilmunya melalui penelitian.
 - b. Sebagai sarana untuk menambah pengetahuan dan wawasan dalam penerapan teori yang diperoleh selama kuliah.

3. Bagi mahasiswa

Hasil penelitian ini dapat menambah informasi untuk dijadikan bahan pertimbangan dan referensi untuk penelitian sejenis dimasa yang akan datang, serta diharapkan mampu memberikan sumbangan informasi dan pustaka bagi pihak yang membutuhkan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Produk

a. Pengertian Produk

Sering barang diartikan sebagai kumpulan atribut dan sifat kimia yang secara fisik dapat diraba dalam bentuk yang nyata. Dalam tinjauan lebih mendalam, sebenarnya barang itu tidak hanya meliputi atribut fisik saja, tetapi juga mencakup sifat-sifat non fisik seperti harga, nama penjual, dan sebagainya. Semua unsur tersebut dipandang sebagai alat pemuas kebutuhan manusia/pembelinya.

Menurut Philip Kotler (1997: 52) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan. Macam produk yang ada di pasaran yaitu dapat berupa barang fisik, jasa, orang, tempat, organisasi, gagasan. Maka yang disebut dengan produk tidak hanya berupa barang yang dapat dilihat saja, tetapi yang tidak dapat dilihat bisa disebut dengan produk.

Produk adalah alat pemasaran yang paling mendasar menurut Armstrong (2001:11) menyatakan bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan ,dimiliki, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Produk mencakup objek fisik, jasa, orang, tempat, organisasi dan gagasan. Menurut Basu Swastha (2008: 165) produk adalah suatu sifat yang kompleks baik dapat disentuh maupun tidak dapat disentuh, termasuk bungkus, warna, harga, pelayanan

perusahaan dan pengecer, yang diterima oleh konsumen untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Dalam tinjauan yang lebih mendalam, barang itu tidak hanya meliputi atribut fisik saja, akan tetapi juga mencakup sifat-sifat non fisik. Semua unsur tersebut dipandang sebagai alat pemuas kebutuhan manusia atau konsumen. Kombinasi yang berbeda dari unsur itu akan memberikan kepuasan yang berbeda pula karena kombinasi tersebut merupakan produk sendiri.

Dari definisi produk yang telah dipaparkan oleh para ahli dapat diambil kesimpulan bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar yang dapat disentuh maupun tidak disentuh (barang, jasa, orang, tempat) untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen.

b. Klasifikasi Produk

Klasifikasi produk menurut Fandy Tjiptono (2002:98) kedalam dua kelompok, yaitu:

1. Barang

Barang merupakan produk yang berwujud fisik, sehingga bias dilihat, diraba, disentuh, dipegang, dan perlakuan fisik lainnya.

- a) Barang yang terpakai habis (*non durable goods*) atau tidak tahan lama adalah barang berwujud biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian. Dengan kata lain umur ekonomisnya dalam kondisi pemakaian normal kurang dari satu tahun.
- b) Barang tahan lama (*durable goods*) merupakan barang berwujud yang tidak biasa bertahan sesuai umur ekonomisnya. Umumnya barang seperti ini membutuhkan pelayanan yang lebih banyak, membutuhkan jaminan /garansi tertentu dari penjualnya.

2. Jasa (*service*)

Jasa merupakan aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Contohnya bengkel reparasi, salon kecantikan, hotel dan lain-lain.

c. Kualitas Produk

Beberapa orang berpendapat bahwa yang dimaksud dimensi kualitas produk adalah aspek ciri karakteristik untuk melihat kualitas sebuah produk. Produk disini dapat berupa jasa dan barang. Dari perspektif itu, ciri karakteristik kualitas dari sebuah produk, khususnya produk yang berbentuk barang.

Menurut Handi Irawan (2002: 45) kualitas produk adalah *driver* kepuasan konsumen yang multidimensi. Bagi konsumen, kualitas mempunyai beberapa dimensi. Paling tidak, terdapat beberapa dimensi dari kualitas produk yang perlu diperhatikan oleh setiap perusahaan yang ingin mengejar kepuasan konsumen terhadap kualitas konsumen. Dimensi kualitas produk tersebut yaitu::

1) *Performance*

Ini adalah dimensi yang paling dasar dan berhubungan dengan fungsi utama dari suatu produk. Konsumen akan sangat kecewa apabila harapan mereka terhadap dimensi ini tidak terpenuhi. seperti yang sudah disebutkan untuk obat adalah kemanjuran, untuk makanan adalah rasa yang enak, untuk telpon dan combo adalah suaranya yang jernih. Untuk sepeda motor adalah akselerasinya dan untuk mobil adalah kenyamanan

2) *Reliability*

Dimensi *performance* dan *reliability* seintas terlihat mirip tetapi mempunyai perbedaan yang jelas. *Reliability* lebih menunjukkan probabilitas produk gagal menjalankan fungsinya.

3) *Feature* atau fitur

Dimensi ini dapat dikatakan sebagai aspek sekunder. Untuk berbagai produk elektronik, fitur-fitur yang ditawarkan dapat dilihat pada menu yang terdapat pada menu. Maka fitur menjadi target para perusahaan untuk berinovasi dalam upaya memuaskan konsumen.

Kualitas produk menggambarkan sejauh mana kemampuan produk tersebut dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Menurut Rambat Lupiyoadi (2001:146-147), untuk menentukan dimensi kualitas produk, dapat melalui delapan dimensi sebagai berikut:

1) Fungsi (*Performance*)

Fungsi disini merujuk pada karakter produk inti yang meliputi atribut-atribut yang dapat diukur. Fungsi beberapa produk biasanya didasari oleh preferensi subjektif pelanggan yang pada dasarnya bersifat umum (*universal*).

2) Fitur (*Features*)

Dapat berbentuk produk tambahan dari suatu produk inti yang dapat menambah nilai suatu produk. Fitur suatu produk biasanya diukur secara subjektif oleh masing-masing individu (dalam hal ini konsumen) yang menunjukkan adanya perbedaan kualitas suatu produk/jasa. Dengan demikian, perkembangan kualitas suatu produk menuntut karakter fleksibilitas agar dapat menyesuaikan diri dengan permintaan pasar.

3) Keandalan (*Reliability*)

Dimensi ini berkaitan dengan timbulnya kemungkinan suatu produk mengalami keadaan tidak berfungsi pada suatu periode. Keandalan suatu produk yang menandakan tingkat kualitas sangat berarti bagi konsumen dalam memilih produk. Hal ini menjadikan semakin penting mengingat besarnya biaya penggantian dan pemeliharaan yang harus dikeluarkan apabila produk yang dianggap tidak reliabel mengalami kerusakan.

4) Kesesuaian (*Conformance*)

Dimensi lain yang berhubungan dengan kualitas suatu barang adalah kesesuaian produk dengan standar dalam industrinya. Kesesuaian suatu produk dalam industri jasa diukur dari tingkat akurasi dan waktu penyelesaian termasuk juga perhitungan kesalahan yang terjadi, keterlambatan yang tidak dapat diantisipasi dan beberapa kesalahan lain

5) Usia Produk/Ketahanan (*Durability*)

Ukuran ketahanan suatu produk meliputi segi ekonomis maupun teknis. Secara teknis, ketahanan suatu produk didefinisikan sebagai sejumlah kegunaan yang diperoleh oleh seseorang sebelum mengalami penurunan kualitas. Secara ekonomis, ketahanan diartikan sebagai usia ekonomis kerusakan dan keputusan untuk mengganti produk.

6) Pelayanan (*Serviceability*)

Kemampuan pelayanan bisa juga disebut dengan kecepatan, kompetensi, kegunaan, dan kemudahan produk untuk diperbaiki. Dimensi ini menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya memperhatikan adanya penurunan kualitas produk tetapi juga waktu sebelum produk disimpan, penjadwalan pelayanan, proses komunikasi dengan staf, frekuensi pelayanan perbaikan akan kerusakan produk, dan pelayanan lainnya.

7) Estetika (*Asthetics*)

Merupakan dimensi pengukuran yang paling subjektif. Estetika suatu produk dilihat melalui bagaimana suatu produk terdengar oleh konsumen, bagaimana tampak luar suatu produk, rasa, maupun bau. Jadi, estetika merupakan penilaian dan refleksi yang dirasakan oleh konsumen.

8) *Perceived quality*

Konsumen tidak selalu memiliki informasi yang lengkap mengenai atribut-atribut produk dan jasa. Namun demikian, biasanya konsumen memiliki informasi tentang produk secara tidak langsung misalnya melalui merek, nama, dan negara produsen. Ketahanan produk misalnya, dapat menjadi sangat kritis dalam pengukuran kualitas produk.

Dari dimensi produk yang telah dipaparkan oleh para ahli dapat diambil kesimpulan bahwa dimensi kualitas produk terdiri dari Fungsi, Fitur, Keandalan, Usia Produk, *Conformance*, Pelayanan, Estetika, *Perceived Quality*.

2. Jasa

a. Pengertian Jasa

Pada dasarnya jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu, produk jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak (Fandi Tjiptono, 2001: 6). Sifat khusus jasa tersebut erat kaitannya dengan keempat karakteristik yang dimiliki jasa, yang perlu dipertimbangkan dalam merancang suatu program pemasaran.

Sementara itu, kualitas jasa dan pemasaran jasa telah menjadi topik yang semakin diteliti oleh para peneliti, karena transisi akhir-akhir ini adalah kepada ekonomi jasa oleh banyak negara. Hal ini didorong oleh kompetisi global dan kecenderungan yang berubah dalam cara hidup masyarakat.

Kualitas jasa adalah persepsi pelanggan mengenai superioritas jasa yang merupakan akumulasi kepuasan bagi banyak konsumen atas banyak pengalaman jasa (Hessel Nogi, 2007: 215). Kualitas jasa lebih sering dikenal sebagai strategi pemasaran yang kemungkinan dapat digunakan oleh perusahaan dalam mencapai diferensiasi jasa, nilai konsumen, dan kepuasan konsumen.

b. Karakteristik Jasa

Jasa memiliki empat karakteristik yang harus dipertimbangkan dalam merancang program pemasaran. Menurut Fandi Tjiptono (2001:7). Keempat karakteristik jasa tersebut adalah:

1) Tidak berwujud (*Intangible*)

Produk jasa tidak berwujud (tidak dilihat, dirasa, diraba, dicium, atau didengar sebelum dibeli), sehingga pelanggan tidak dapat melihat hasil dan manfaat dari jasa tersebut sebelum melakukan pembelian.

2) Tidak dapat dipisahkan (*Inseparability*)

Jasa pada umumnya diproduksi secara khusus dan dikonsumsi pada waktu yang bersamaan. Hal tersebut tidak berlaku pada barang fisik yang diproduksi. Yang dapat disimpan dan didistribusikan melalui pengecer kemudian dikonsumsi.

3) Tidak tetap (*Variability*)

Dalam bisnis jasa, sulit mencapai suatu hasil dengan kualitas yang sesuai dengan standar yang dibuat. Jasa yang diberikan seringkali berubah-ubah tergantung dari siapa yang menyediakan, kapan serta dimana jasa tersebut disediakan.

4) Tidak dapat disimpan (*Perishability*)

Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Hal tersebut tidak akan menjadi masalah jika permintaan bersifat konstan, karena dengan mudah penyedia jasa dapat mengatur pelayanan sebelumnya, karena permintaan tidak selalu konstan maka perusahaan jasa harus mengevaluasi kapasitasnya guna menyeimbangkan penawaran dan permintaan

c. Kriteria Penentu Kualitas Jasa

Menurut Husein Umar (2000: 38-40) kualitas jasa dapat dilihat dari lima dimensi yaitu:

- 1) Sarana fisik (*Tangibles*), meliputi penampillan fasilitas fisik seperti gedung dan ruangan, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan komunikasi..
- 2) Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan.
- 3) Responsif (*Responsiveness*), yaitu respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, yang meliputi: kesigapan karyawan dalam melayani konsumen, kecepatan karyawan dalam menengani transaksi, dan penanganan keluhan konsumen.
- 4) Meyakinkan (*Assurance*), meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramahan, perhatian dan kesopanan dalam memberi pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberi keamanan di dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan
- 5) Menaruh perhatian (*Empathy*), perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada konsumen seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan konsumen, dan perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan konsumennya.

Pada dasarnya konsumen menggunakan kriteria penentu kualitas jasa yang sama, apapun jenis jasanya. Fandi Tjiptono (2001:12) membagi kriteria-kriteria tersebut sebagai berikut:

- 1) Akses, yaitu jasa tersebut mudah didapat pada tempat-tempat, waktu, yang tepat tanpa banyak menunggu.
- 2) Komunikasi, yaitu jasa tersebut dijelaskan dengan tepat dalam bahasa konsumen.
- 3) Kompetensi, yaitu para pegawai memiliki keahlian dan pengetahuan yang diperlukan.
- 4) Kesopanan, yaitu para pegawai harus ramah cepat tanggap dan tenang.
- 5) Kredibilitas, yaitu perusahaan dan semua pegawai dapat dipercaya dan mempunyai tempat dihati konsumen.
- 6) Keandalan, yaitu jasa yang diberikan secara konsisten dan tepat.
- 7) Responsif, yaitu pelayanan dan respon karyawan yang cepat dan kreatif terhadap permintaan atau permasalahan yang dihadapi konsumen.
- 8) Keamanan, yaitu jasa yang diberikan bebas dari bahaya, resiko, dan keraguan.
- 9) Nyata, yaitu bagian-bagian dari jasa yang berbentuk fisik benar-benar mencerminkan kualitas jasa tersebut
- 10) Memahami, yaitu karyawan benar-benar membuat usaha untuk memahami kebutuhan konsumen dan memberikan perhatian secara individual

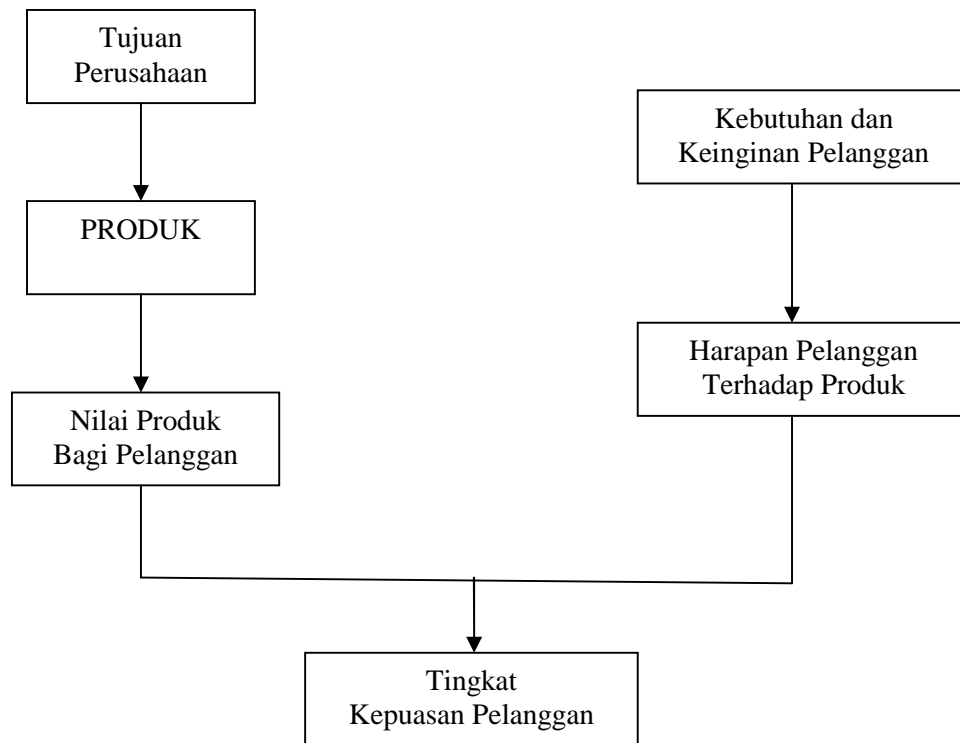
Dari dimensi jasa yang telah dipaparkan oleh para ahli dapat diambil kesimpulan bahwa dimensi kualitas jasa terdiri dari *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*.

3. Kepuasan Konsumen

a. Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan pelanggan sebenarnya masih merupakan sesuatu yang bersifat abstrak. Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan diharapkan (Rambat Lupiyoadi, 2001). Dalam konsep pemasaran moderen yang menjadi titik sentral dari kegiatan pemasaran adalah untuk memperoleh atau mencapai kepuasan konsumen. Menurut Kotler (2002:42) mengemukakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja/hasil sesuatu produk dan harapan-harapannya. Day (dalam Fandy Tjiptono 1996:146) menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian/diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Engel (dalam Fandy Tjiptono 1996:146) juga mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli di mana alternatif dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan (Fandy Tjiptono, 1996: 146).

Ada kesamaan antara beberapa definisi di atas, yaitu menyangkut komponen kepuasan pelanggan (harapan dan kinerja/hasil yang dirasakan). Secara konseptual, kepuasan pelanggan dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Konsep Kepuasan Pelanggan

Sumber : Fandy Tjiptono (1995)

b. Pengukuran Kepuasan Konsumen

Pemantauan dan pengukuran terhadap kepuasan konsumen telah menjadi hal yang esensial bagi setiap perusahaan. Hal ini dikarenakan langkah tersebut dapat memberikan umpan balik dan masukan bagi keperluan pengembangan dan implementasi strategi peningkatan kepuasan konsumen. Philip Kotler (1994: 148-150) mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan konsumen, yaitu sebagai berikut:

1) Sistem Keluhan Dan Saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa

kotak saran yang diletakkan di tempat-tempat strategis (yang mudah ditinjau atau sering dilewati konsumen), kartu komentar (yang bisa diisi langsung maupun dikirim via pos kepada perusahaan), saluran telpon bebas pulsa, dan lain-lain. Informasi-informasi yang diperoleh dari metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga kepada perusahaan, sehingga memungkinkannya untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul. Akan tetapi, karena metode ini bersifat pasif, maka sulit mendapatkan gambaran lengkap mengenai kepuasan dan ketidakpuasan konsumen. Tidak semua pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan keluhannya.

2) Survei Kepuasan Pelanggan

Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan konsumen dilakukan dengan menggunakan metode survei baik melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi. Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan sekaligus juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para konsumen.

3) *Ghost-Shopping*

Metode ini dilakukan dengan cara memperkerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai konsumen atau pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Lalu orang tersebut menyampaikan temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu, orang-orang ini juga dapat mengamati atau menilai cara perusahaan dan pesaingnya menjawab pertanyaan konsumen dan

menangani setiap keluhan. Ada baiknya para manajer perusahaan terjun langsung menjadi orang yang mengamati untuk mengetahui langsung bagaimana karyawannya berinteraksi dan memperlakukan para konsumennya. Tentunya karyawan tidak boleh tahu kalau atasannya baru melakukan penilaian.

4) *Lost Customer Analysis*

Metode ini sedikit unik. Perusahaan berusaha menghubungi para konsumennya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok. Yang diharapkan adalah akan diperoleh informasi penyebab terjadinya hal tersebut. Informasi ini sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Dari prinsip tersebut dapat diterapkan dalam penentuan indikator pengukuran kepuasan konsumen Supranto (2001:244), yaitu:

- 1) Ketepatan hasil sesuai dengan yang dijanjikan.
- 2) Pelayanan yang ramah dan penampilan staff yang menarik.
- 3) Kemampuan perusahaan untuk cepat tanggap dalam menghadapi masalah yang timbul.
- 4) Kemampuan perusahaan yang cepat tanggap terhadap keluhan yang disampaikan pelanggan.
- 5) Pengetahuan dan kecakapan staff.
- 6) Melakukan komunikasi yang efektif dengan pelanggan.
- 7) Bertanggung jawab terhadap kenyamanan dan keamanan pelanggan.
- 8) Kebersihan dan kerapian fasilitas.
- 9) Penataan eksterior ruangan yang baik.

10) Tampilan fasilitas.

11) Mutu hidangan.

Wilkie dalam Dinarty SH Manurung (2009) membagi kepuasan konsumen ke dalam lima elemen, yaitu:

1) *Expectations*

Pemahaman mengenai kepuasan konsumen dibangun selama fase prapembelian melalui proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen. Sebelum melakukan pembelian, konsumen mengembangkan *expectation* (pengharapan) atau keyakinan mengenal apa yang mereka harapkan dari suatu produk ketika, mereka menggunakan suatu produk tersebut. Pengharapan ini akan dilanjutkan kepada fase pascapembelian, ketika mereka secara aktif mengkonsumsi kembali produk tersebut.

2) *Performance*

Selama mengkonsumsi suatu produk, konsumen menyadari kegunaan produk aktual dan menerima kinerja produk tersebut sebagai dimensi yang penting bagi konsumen.

3) *Comparison*

Setelah mengkonsumsi, terdapat adanya harapan pra pembelian dan persepsi kinerja aktual yang pada akhirnya konsumen akan membandingkan keduanya.

4) *Confirmation/disconfirmation*

Hasil dari perbandingan tersebut akan menghasilkan *confirmation of expectation*, yaitu ketika harapan dan kinerja berada pada level yang

sama atau akan menghasilkan *disconfirmation of expectation*, yaitu jika kinerja aktual lebih baik atau kurang dari level yang diharapkan.

5) *Discrepancy*

Jika level kinerja tidak sama, *discrepancy* mengindikasikan bagaimana perbedaan antara level kinerja dengan harapan. Untuk *negative disconfirmations*, yaitu ketika kinerja aktual berada dibawah level harapan, kesenjangan yang lebih luas lagi akan mengakibatkan tingginya level ketidakpuasan.

Selain rekomendasi dari orang lain yang positif berupa referensi-referensi dan pujian-pujian tentang kualitas pelayanan perusahaan akan disebarkan kepada calon konsumen tersebut akan tertarik dengan kualitas pelayanan yang ada diperusahaan. Oleh karena itu perusahaan seyogyanya menggunakan kesempatan untuk mengelola sumber-sumber positif ini secara aktif.

Tetapi bila konsumen merasa tidak puas terhadap pelayanan yang ada, konsumen tersebut akan meninggalkan perusahaan lain dan kemudian membandingkan atau mereka akan benar-benar pergi meninggalkan perusahaan dan tidak ingin kembali lagi.

Satu hal yang perlu diingat bila para pelanggan melepaskan diri karena mereka tidak puas, maka mereka bisa jadi akan menyebar luaskan kesan buruk yang beredar dari mulut ke mulut tentang perusahaan, sehingga berakibat kerugian ekonomi yang besar bagi perusahaan, karena perusahaan akan mengalami tekanan biaya pemasaran yang tinggi dan tidak pasti.

Dari pengukuran kepuasan konsumen diatas, dapat disimpulkan indikator kepuasan konsumen sebagai berikut: ketepatan hasil, pelayanan, cepat tanggap masalah, cepat tanggap keluhan, pengetahuan dan kecakapan karyawan, komunikasi yang efektif, bertanggung jawab, kebersihan dan kerapian fasilitas, penataan eksterior, tampilan fasilitas, dan mutu hidangan.

4. Restoran

Menurut Ardjuno Wiwoho (2008;1) restoran berasal dari kata "*Restaurer*" yang berarti *to restore* atau restorasi yang memiliki arti dalam bahasa Indonesia adalah memperbaiki atau memulihkan kondisi seseorang dari suatu kondisi yang kurang baik untuk kembali kepada kondisi sebelumnya. Restoran adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisasi secara komersial, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua konsumennya baik berupa makanan maupun minuman (Marsum WA, 2005:9).

Dari definisi restoran yang telah dipaparkan oleh para ahli dapat diambil kesimpulan bahwa restoran adalah suatu tempat yang menyediakan makanan dan minuman yang bertujuan untuk memulihkan kondisi seseorang (lapar) sehingga kembali pada kondisi sebelumnya.

Menurut macam usaha, Nikkou Ramen termasuk usaha *Specialities Restaurant*. Nikkou Ramen menyediakan makanan dan minuman yang dikelola secara komersial. Nikkou Ramen menyediakan makanan khas dan diikuti dengan sistem penyajian yang khas dari suatu Negara Jepang (*Japanesse Food Restaurant*). Berdasarkan sifatnya Nikkou Ramen termasuk dalam usaha boga yang bersifat komersial, karena bertujuan untuk mencari keuntungan,

B. Hasil Penelitian yang Relevan

1. Lia Dwi Nuaraini (2011) melakukan penelitian “Analisis Kualitas Pelayanan di *Mini Market Budget Family Store* Sleman Yogyakarta”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan di *mini market budget family store* ditinjau dari dimensi Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif persentase. Hasil dari penelitian sebagai berikut:
 - a. Dimensi bukti langsung di *Mini Market Budget Family Store* baik dengan hasil jawaban mayoritas responden pada interpretasi sedang yaitu 66%.
 - b. Dimensi keandalan di *Mini Market Budget Family Store* baik dengan hasil jawaban mayoritas responden pada interpretasi sedang yaitu 59%.
 - c. Dimensi daya tanggap di *Mini Market Budget Family Store* baik dengan hasil jawaban mayoritas responden pada interpretasi sedang yaitu 65%.
 - d. Dimensi jaminan di *Mini Market Budget Family Store* baik dengan hasil jawaban mayoritas responden pada interpretasi sedang yaitu 57%.
 - e. Dimensi empati di *Mini Market Budget Family Store* baik dengan hasil jawaban mayoritas responden pada interpretasi sedang yaitu 72%.
 - f. Kualitas pelayanan secara keseluruhan di *Mini Market Budget Family Store* baik dengan hasil jawaban mayoritas responden pada interpretasi yaitu sebesar 65%.
2. Abdul Aziz (2012) melakukan penelitian “Analisis Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Keperawatan Prima di RSUP DE. M. Djamil Padang” Penelitian ini bertujuan mengetahui distribusi frekuensi tingkat kepuasan pasien dan mengetahui tingkat kepentingan-kinerja indikator pelayanan

keperawatan. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif. Hasil dari penelitian sebagai berikut:

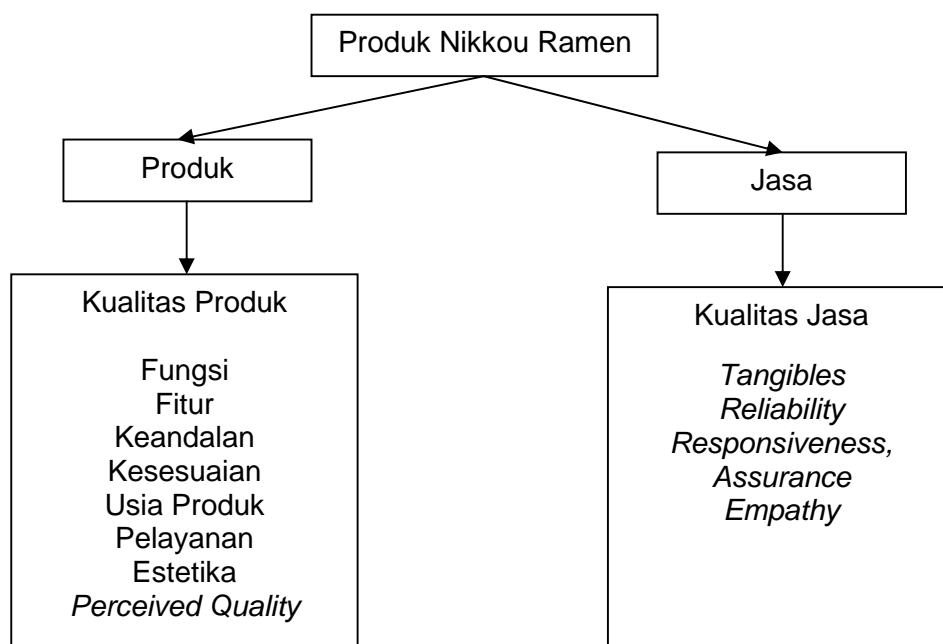
- a. Distribusi tingkat kepuasan pasien menunjukkan bahwa mayoritas responden sebanyak 88 orang atau 76,52% beranggapan pelayanan keperawatan di RSUP Dr. M. Djamil Padang belum prima. Penilaian tersebut menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh perawat kepada pasien masih dalam batas standar pelayanan dan belum bisa dikatakan prima.
- b. Adapun prioritas pelayanan yang termasuk prioritas utama untuk ditingkatkan adalah aspek pemenuhan kebutuhan fisiologis pasien, keadilan terhadap fasilitas di ruangan, keterjangkauan biaya pelayanan, kesesuaian biaya pelayanan, kebersihan kamar mandi atau toilet, dan kenyamanan di ruangan.

C. Kerangka Berfikir

Kepuasan konsumen sangat erat kaitannya dengan layanan yang diharapkan dan kenyataan layanan yang telah diberikan. Kepuasan konsumen akan terpenuhi bila pelayanan yang diberikan dirasa telah sesuai dengan yang diharapkan.

Kepuasan konsumen merupakan fungsi dari persepsi atas kenyataan dan harapan. Kenyataan berada di bawah harapan, maka konsumen tidak akan merasa puas. Sebaliknya, juga kenyataan memenuhi harapan, maka konsumen akan merasa puas. Umumnya harapan konsumen merupakan perkiraan atau keyakinan tentang apa yang diterimanya, apabila ia membeli atau mengonsumsi suatu produk, sedangkan kinerja merupakan persepsi konsumen terhadap apa yang ia terima setelah mengonsumsi produk yang bersangkutan (kenyataan).

Kepuasan konsumen, selain dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, juga ditentukan oleh kualitas produk, harga, dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat. Dalam hal ini berfokus pada pada produk. Dalam produk terdapat dimensi produk meliputi: fungsi, fitur, keandalan, kesesuaian, usia produk, pelayanan, estetika, *perceived quality* dan dimensi jasa meliputi: *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*. Dari beberapa dimensi akan memberikan suatu respon yaitu kepuasan konsumen terhadap produk Nikkou Ramen. Kerangka berfikir dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2. Kerangka Berfikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis atau Desain Penelitian

Penelitian merupakan suatu bentuk kegiatan ilmiah untuk memperoleh suatu informasi terkait dengan judul yang diteliti. Penelitian ini merupakan penelitian jenis deskriptif, karena menjelaskan atau mendeskripsikan setiap gejala atau kejadian yang ada. Penelitian ini berjenis deskriptif namun karena dilambangkan dengan angka, maka data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang berupa kata-kata kemudian dikuantitatifkan menjadi angka.

Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif karena menggunakan data kualitatif yang diangkakan. "Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan" (Sugiyono, 2006 : 14).

Penelitian ini akan menggambarkan secara jelas terhadap pertanyaan penelitian. Penelitian ini diarahkan untuk menggambarkan atau mengungkapkan fakta secara lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang paling dominan mempengaruhi kepuasan

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Restoran Nikkou Ramen Yang beralamatkan di Jalan A. M. Sangaji No.79, Yogyakarta. Waktu penelitian dimulai pada bulan Januari 2014 sampai April 2015.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah sekumpulan orang, hewan, tumbuhan atau benda yang mempunyai karakteristik tertentu yang akan diteliti (Endang Mulyatiningsih, 2011:10). Menurut Sugiyono, (2012:61) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek penelitian yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian adalah seluruh konsumen Nikkou Ramen. Dalam sehari pengunjung Nikkou Ramen kurang lebih 100 orang perhari pada hari kerja, sedangkan hari libur konsumen dapat lebih dari 100 orang..

2. Sampel

Endang Mulyatiningsih (2011:10) menyatakan bahwa sampel adalah cuplikan atau bagian dari populasi. Sampel adalah sebagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2012:62). Sampel yang dipakai harus dapat mewakili dan mencerminkan populasi yang ada. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *insidental sampling*. Pertimbangan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Konsumen yang pada saat dilakukan penelitian sedang membeli di Nikkou Ramen.

b. Jumlah sampel

Dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus menurut Sugiyono (2012: 69), sebagai berikut:

$$s = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2(N-1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$

Dimana:

λ^2 dengan dk = 1, taraf kesalahan bisa 1%, 5%, 10%

P = Q = 0,5; d = 0,05; s = jumlah sampel

Diketahui konsumen yang berkunjung di Nikkou Ramen pada setiap harinya mencapai 100 orang (N) dengan menggunakan taraf kesalahan 5%. Sesuai tabel penentuan jumlah sampel N = 100 dengan taraf kesalahan 5%, maka jumlah sampel (s) berjumlah 78.

D. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen, kualitas jasa, dan kualitas produk.

1. Kepuasan Konsumen adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk dalam hal ini adalah makanan dan pelayanan yang diterima dan diharapkan konsumen restoran Restoran Nikkou Ramen.
2. Produk Restoran Nikkou Ramen adalah sesuatu yang ditawarkan kepada konsumen yaitu makanan diukur menggunakan indikator kualitas produk (Fungsi, Fitur, Keandalan, *Conformance*, Usia Produk, Pelayanan, Estetika *Perceived Quality*) dan pelayanan diukur menggunakan indikator kualitas jasa (*Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy*).

E. Teknik dan Instrumen Penelitian

Intrumen adalah alat bantu berupa persiapan-persiapan pertanyaan yang akan ditanyakan sebagai catatan serta alat tulis untuk menuliskan jawaban yang diterima (Suharsimi Arikunto, 2002 : 136), untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini, menggunakan metode angket karena metode ini dapat mengungkapkan pendapat, persepsi, dan tanggapan responden terhadap suatu permasalahan dan obyektivitas responden akan tetap terjaga meskipun dalam jumlah yang besar.

Instrumen pengukuran tingkat kepuasan konsumen digunakan untuk mendapat daya mengenai tingkat kepuasan konsumen. Adapun kisi-kisi instrumen dalam pengukuran kepuasan konsumen sebagai berikut:

Tabel 1. Kisi-kisi Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No.Item
Kualitas Produk	Fungsi (<i>Performance</i>)	a. Rasa makanan b. Porsi makanan	1,2
	Fitur (<i>Features</i>)	a. Tampilan makanan b. Variasi makanan	3,4
	Keandalan (<i>Reliability</i>)	a. Kehigienisan makanan b. Kesegaran bahan makanan	5,6
	<i>Conformance</i>	a. Standar mutu makanan b. Kesesuaian cita rasa	7,8
	Usia produk (<i>Durability</i>)	a. Ketahanan makanan	9,10
	Pelayanan (<i>Serviceability</i>)	a. Kecepatan layanan b. Kemudahan layanan	11,12
	Estetika	a. Keunikan makanan b. Keindahan makanan	13,14
	<i>Perceived quality</i>	a. Persepsi konsumen terhadap makanan	15
Kualitas Jasa	Sarana fisik (<i>Tangibles</i>)	a. Fasilitas yang disediakan	16,17,18
	Keandalan/ <i>Reliability</i>	a. Pelayanan yang benar	19
	Responsif (<i>Responsiveness</i>)	a. Pelayanan yang sigap b. Pelayanan yang cepat	20,21
	Meyakinkan (<i>Assurance</i>)	a. Pengetahuan karyawan b. Keramahan karyawan	22,23
	Menaruh perhatian (<i>Empathy</i>)	a. Perhatian individu b. Kepahaman karyawan	24,25

Pengukuran pada variabel tingkat kepuasan menggunakan metode skala likert yaitu memberikan skala interval dimana setiap kategori jawaban diberi skor atau nilai yang sesuai dengan informasi yang dibutuhkan yaitu skor tertinggi untuk jawaban yang mendekati persoalan penelitian. Adapun pembagian skor untuk tiap item adalah sebagai berikut:

Pemberian skor pada jawaban kepuasan konsumen adalah:

Jawaban sangat puas dan sangat penting mendapat skor 5

Jawaban puas dan penting mendapat skor 4

Jawaban cukup puas dan cukup penting mendapat skor 3

Jawaban tidak puas dan tidak penting mendapat skor 2

Jawaban sangat tidak puas dan sangat tidak penting mendapat skor 1

F. Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Validitas instrumen

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah memiliki validitas instrumen yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Validitas eksternal instrumen dicapai apabila data yang dihasilkan dari instrumen tersebut sesuai dengan data atau informasi lain mengenai variabel penelitian yang dimaksud.

Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud.

Pengujian validitas instrumen menggunakan analisis butir yaitu dengan cara mengkorelasikan skor tiap-tiap butir dengan skor totalnya sehingga dapat

diperoleh indeks validitas tiap butir rumus korelasinya menggunakan teknik korelasi *product moment* dari Karl Person. Alasan menggunakan analisis korelasi *product moment* adalah karena datanya berupa data interval. Data interval adalah data statistik yang mempunyai jarak yang sama diantara hal-hal yang sedang diselidiki. Data yang berskala interval adalah data yang bersifat deskriptif.

Pengujian validitas merupakan pengujian yang dilakukan dengan cara memberikan angket penelitian atau instrumen penelitian kepada sampel. Untuk menguji validitas butir-butir instrumen lebih lanjut, maka setelah dikonsultasikan dengan ahli, maka selanjutnya diuji cobakan pada 30 orang (Sugiyono, 2009: 182-183).

Pengujian validitas dapat dilakukan dengan rumus korelasi *Product Moment* dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{(n)(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[(n.\sum X^2) - (\sum X)^2][(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

r_{xy} = koefisien korelasi antara x dan y

n = jumlah responden

$\sum X$ = jumlah skor butir

$\sum Y$ = total dari jumlah skor yang diperoleh tiap responden

$\sum X^2$ = jumlah dari kuadrat butir

$\sum Y^2$ = total dari kuadrat jumlah skor yang diperoleh tiap responden

$\sum XY$ = jumlah hasil perkalian antara skor butir angket dengan jumlah skor yang diperoleh tiap responden

(Suharsimi Arikunto, 2010 : 213)

Perhitungan tersebut dapat digunakan untuk mengetahui validasi masing-masing butir pertanyaan. Item pertanyaan dinyatakan valid jika mempunyai nilai r hitung (*pearson correlation*) > r tabel (0,361). Dari hasil uji validitas terlihat bahwa semua item pertanyaan mempunyai nilai r hitung (*pearson correlation*) > 0,361.

Pengujian validasi menggunakan program SPSS v.13. Hasil uji validasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Kesahihan Butir Kualitas Produk (Harapan)

Butir Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>	Status
Item 1	0,501	Valid
Item 2	0,663	Valid
Item 3	0,817	Valid
Item 4	0,708	Valid
Item 5	0,706	Valid
Item 6	0,783	Valid
Item 7	0,808	Valid
Item 8	0,816	Valid
Item 9	0,779	Valid
Item 10	0,727	Valid
Item 11	0,789	Valid
Item 12	0,723	Valid
Item 13	0,673	Valid
Item 14	0,716	Valid
Item 15	0,625	Valid

Tabel 3. Kesahihan Butir Kualitas Jasa (Harapan)

Butir Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>	Status
Item 16	0,524	Valid
Item 17	0,712	Valid
Item 18	0,539	Valid
Item 19	0,566	Valid
Item 20	0,831	Valid
Item 21	0,762	Valid
Item 22	0,817	Valid
Item 23	0,767	Valid
Item 24	0,687	Valid
Item 25	0,590	Valid

Tabel 4. Kesahihan Butir Kualitas Produk (Kenyataan)

Butir Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>	Status
Item 1	0,559	Valid
Item 2	0,573	Valid
Item 3	0,535	Valid
Item 4	0,654	Valid
Item 5	0,533	Valid
Item 6	0,697	Valid
Item 7	0,601	Valid
Item 8	0,678	Valid
Item 9	0,599	Valid
Item 10	0,567	Valid
Item 11	0,535	Valid
Item 12	0,739	Valid
Item 13	0,749	Valid
Item 14	0,707	Valid
Item 15	0,565	Valid

Tabel 5. Kesahihan Butir Kualitas Jasa (Kenyataan)

Butir Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>	Status
Item 16	0,522	Valid
Item 17	0,538	Valid
Item 18	0,553	Valid
Item 19	0,677	Valid
Item 20	0,736	Valid
Item 21	0,705	Valid
Item 22	0,814	Valid
Item 23	0,669	Valid
Item 24	0,760	Valid
Item 25	0,603	Valid

Butir-butir pernyataan tersebut dinyatakan valid atau sah karena semua butir tersebut memiliki r hitung r tabel yaitu 0,361. Butir-butir pernyataan tersebut merupakan alat pengumpulan data yang handal.

2. Pengujian Validasi Konstrak

Pengujian kontruk merupakan pengujian yang berasal dari ahli (*judgment expert*). Dalam hal ini setelah instrumen dikonstruksi tentang aspek-aspek yang akan diukur dengan berlandaskan teori tertentu, maka selanjutnya dikonsultasikan dengan ahli (Sugiyono,2012:352). Dengan cara ini diharapkan butir-butir instrumen penelitian ini telah mencakup seluruh kawasan isi obyek yang hendak diukur untuk mendapatkan penilaian apakah instrumen tersebut dapat digunakan

tanpa perbaikan atau dengan revisi. Ahli *expert judgement* dalam penelitian ini Dosen PTBB yaitu Dewi Eka Murniati, M.M.

Dalam hasil validasi konstruk (*expert judgement*) pada variabel faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen di Nikkou Ramen dari 25 butir pernyataan tidak terdapat butir soal yang gugur.

3. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas yaitu instrumen yang dapat dipercaya sebagai alat pengumpul data. Jika instrumen yang digunakan sudah dapat dipercaya (reliabel) akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. “Sebuah tes mungkin reliabel tetapi tidak valid. Sebaliknya, sebuah tes yang valid biasanya reliabel” (Suharsimi Arikunto, 2002:87). Salah satu prosedur untuk mengetahui tingkat reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini digunakan rumus Alpha (), yaitu:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

r_{11}	= reliabilitas instrumen
k	= banyaknya butir pertanyaan
$\sum \sigma_b^2$	= jumlah varians butir
σ_t^2	= varians total

(Suharsimi Arikunto, 2002:239)

Setelah diperoleh koefisien korelasi yaitu r_{11} sebenarnya, baru diketahui tinggi rendahnya koefisien tersebut. Kriteria pengambilan keputusan untuk menentukan reliabel atau tidak adalah jika r lebih besar atau sama dengan 0,60 maka instrumen tersebut reliabel. Jika r lebih kecil dari 0,60 maka instrumen

tersebut tidak reliabel. Dalam pelaksanaannya, peneliti menggunakan bantuan komputer program *Statistic Package for Sosial Science* (SPSS) versi 13.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas (harapan)

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>
Kualitas Produk	0,932
Kualitas Jasa	0,870

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas (kenyataan)

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>
Kualitas Produk	0,882
Kualitas Jasa	0,855

Hasil uji reliabilitas pada tabel didapat nilai *Cronbach's Alpha* untuk semua kualitas yang keseluruhannya lebih besar dari 0,60 sehingga variabel penelitian dinyatakan reliabel.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah suatu cara yang dilakukan untuk mengolah data agar dihasilkan suatu kesimpulan yang tepat. Dalam penelitian ini data ditabulasi dan dianalisis menggunakan metode analisis regresi sederhana. Metode analisis regresi sederhana digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk Nikkou Ramen Yogyakarta. Seluruh data yang didapatkan ditabulasikan dan dianalisis dengan menggunakan bantuan program computer *Statistic Package for Sosial Science* (SPSS) versi 13.

1. Analisis Deskriptif

Data yang diperoleh dari lapangan disajikan dalam bentuk deskripsi data dari masing-masing variabel, baik variabel bebas maupun variabel terikat. Analisis data tersebut meliputi penyajian data terkecil dan terbesar,

rentang data, mean, tabel distribusi frekuensi, histogram dan tabel kecenderungan masing-masing variabel.

a. Mean, Median, Modus

- 1) Mean adalah nilai rata-rata yaitu total dibagi jumlah individu.

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n}$$

Keterangan :

\bar{X} : Mean
 \sum : Epsilon (baca jumlah)
 X_i : nilai X ke i sampai ke n
 n : jumlah individu

(Sugiyono, 2012:49)

- 2) Median adalah suatu nilai yang membatasi 50% dari frekuensi distribusi sebelah atas dan 50% frekuensi sebelah bawah.

$$Md = b + p \left[\frac{\frac{\frac{1}{2}n - F}{f}} \right]$$

Keterangan :

Md : Median
 b : batas bawah, dimana median akan terletak
 n : banyak data/jumlah sampel
 p : panjang kelas interval
 F : jumlah semua frekuensi sebelum kelas median
 f : frekuensi kelas median

(Sugiyono, 2012:53)

- 3) Modus adalah nilai yang mempunyai frekuensi terbanyak dalam distribusi.

$$Mo = b + p \left[\frac{b_1}{b_1 + b_2} \right]$$

Keterangan :

Mo : Modus

b : batas kelas interval dengan frekuensi terbanyak

p : panjang kelas interval

b₁ :frekuensi pada kelas modus (frekuensi pada kelas interval yang terbanyak) dikurangi frekuensi kelas interval terdekat berikutnya

b₂ :frekuensi kelas modus dikurangi frekuensi kelas interval terdekat berikutnya

(Sugiyono, 2012:52)

b. Standar Deviasi

Menghitung Standar Deviasi (simpangan baku) dengan rumus:

$$s = \sqrt{\frac{\sum f_i (X_i - \bar{X})^2}{(n-1)}}$$

keterangan ;

s : standar deviasi

f : frekuensi yang sesuai dengan tanda kelas

n : jumlah data

$X_i - \bar{X}$: simpangan

(Sudjana, 2001:95)

c. Tabel Distribusi Frekuensi

1) Menghitung jumlah kelas interval

$$K = 1 + 3,3 \log . n$$

Keterangan :

K : jumlah kelas interval

n : jumlah data

log : logaritma

(Sugiyono, 2012:35)

2) Menghitung rentang data

$$R = x_t - x_r$$

Keterangan :

R : Rentang data

x_t : data terbesar dalam kelompok

x_r : data terkecil dalam kelompok

(Sugiyono, 2012:55)

3) Menghitung panjang kelas

$$\text{Panjang kelas} = \frac{\text{rentang data}}{\text{jumlah kelas}}$$

(Sugiyono, 2012:37)

d. Histogram

Histogram dibuat berdasarkan data frekuensi dan kelas interval yang akan ditampilkan dalam tabel distribusi frekuensi.

Deskripsi selanjutnya yaitu melakukan pengkategorian skor masing-masing variabel. Skor tersebut kemudian dibagi dalam empat kategori.

Pengkategorian dilakukan berdasarkan Mean ideal (M_i) dan Standar Deviasi ideal (SD_i) yang diperoleh. Rumus mencari M_i dan SD_i :

$$M_i = \frac{1}{2} (X_{\max} + X_{\min})$$

$$SD_i = \frac{1}{6} (X_{\max} - X_{\min})$$

Pengkategorian variabel adalah sebagai berikut :

$$\text{Sangat Rendah} = X < (M_i - 1 \cdot SD_i)$$

$$\text{Rendah} = M_i > X > (M_i - 1 \cdot SD_i)$$

$$\text{Tinggi} = (M_i + 1 \cdot SD_i) > X > M_i$$

$$\text{Sangat Tinggi} = X > (M_i + 1 \cdot SD_i)$$

(Djemari Mardapi, 2008:123)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

Pada pembahasan berikut ini akan disajikan deskripsi data yang telah diperoleh dalam penelitian. Deskripsi data yang dimaksud dalam penelitian ini adalah memberikan gambaran mengenai karakteristik distribusi skor dan subyek penelitian untuk masing-masing subyek yang diteliti. Untuk menguji hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat maka pada bagian ini disajikan deskripsi data dari masing-masing variabel. Hal ini berkaitan dengan upaya analisis data sebagai prasyarat untuk memasuki tahap pengambilan keputusan. Terdapat satu variabel bebas dan satu variabel terikat dalam penelitian ini. Jumlah reponden dalam penelitian ini adalah 78 dari konsumen yang datang ke Nikkou Ramen.

Data pada penelitian ini diperoleh dari instrumen berupa angket yang diberikan kepada konsumen setelah mengonsumsi produknya. Bab ini akan memaparkan data yang telah terkumpul dari masing-masing aspek tersebut. Deskripsi data masing-masing aspek meliputi: harga rerata (M), simpangan baku (SD), median (Me), modus (Mo) dan distribusi frekuensi serta tampilan grafiknya.

Data pada variabel faktor faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk Nikkou Ramen dalam penelitian ini diperoleh melalui angket yang bersifat tertutup dengan jumlah butir soal sebanyak 25 butir pernyataan. Masing-masing butir mempunyai rentang skor 1 sampai 5. Berdasarkan olah data dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS v.13, maka diperoleh data faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen

terhadap produk Nikkou Ramen. Adapun penjelasan mengenai karakteristik responden dan hasil perhitungan adalah sebagai berikut:

1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden adalah untuk mengetahui ciri-ciri responden atau potensi konsumen dalam mengkonsumsi makanan di Nikkou Ramen. Dalam penelitian ini diambil responden sebanyak 78 orang. Dalam hal ini responden diberikan pertanyaan yang sama untuk mengetahui jenis kelamin, pekerjaan, daerah tempat tinggal, frekuensi kedatangan, umur. Untuk melihat secara lebih jelas mengenai karakteristik responden tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini:

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 8. Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	42	53,85%
Perempuan	36	46,15%
Jumlah	78	100%

Sumber: Data Primer, 2014

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa responden yang paling banyak mengkonsumsi makanan Nikkou Ramen adalah Laki-laki yang berjumlah 42 orang dengan persentase 53,85%. Sedangkan responden Perempuan berjumlah 36 orang dengan persentase 46,15%.

Berdasarkan hasil diatas maka dapat diketahui bahwa jenis kelamin konsumen yang menjadi responden yang paling banyak konsumen yaitu laki-laki.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh karakteristik responden berdasarkan pekerjaan disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 9. Distribusi Frekuensi Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pelajar	19	24,36%
Mahasiswa	35	44,87%
Pekerja	14	17,95%
Lain-lain	10	12,82%
Jumlah	78	100%

Sumber: Data Penelitian, 2014

Dari tabel diatas dapat dilihat dengan total 78 orang responden yang paling banyak mengkonsumsi makanan Nikkou Ramen adalah dengan Mahasiswa yaitu sebanyak 35 orang dengan persentase 44,87%. Dari responden Pelajar berjumlah 19 orang dengan persentase 24,36%, responden Pekerja berjumlah 14 orang dengan persentase 17,95%, dan responden Lain-lain berjumlah 10 orang dengan persentase 12,82%.

Berdasarkan hasil diatas maka dapat diketahui bahwa jenis pekerjaan konsumen yang menjadi responden yang paling banyak konsumen dengan pekerjaan sebagai Mahasiswa.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan daerah Tempat Tinggal

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh karakteristik responden berdasarkan daerah tempat tinggal disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 10. Distribusi Frekuensi Daerah Tempat Tinggal

Daerah Tempat Tinggal	Frekuensi	Persentase
1-3 KM	31	39,74%
4-6 KM	28	35,90%
7-9 KM	13	16,67%
Lebih dari 10 KM	6	7,69%
Jumlah	78	100%

Sumber: Data Penelitian, 2014

Dari tabel diatas dapat dilihat dengan total 78 orang responden yang paling banyak mengkonsumsi makanan Nikkou Ramen adalah dengan daerah tempat tinggal berjarak 1-3 KM yaitu sebanyak 31 orang dengan persentase 39,74%. Dari responden berjarak 4-6 KM berjumlah 28 orang dengan persentase 35,90%, responden berjarak 7-9 KM berjumlah 13 orang dengan persentase 16,67%, dan responden berjarak lebih dari 10 KM berjumlah 6 orang dengan persentase 7,89%.

Berdasarkan hasil diatas maka dapat diketahui bahwa jenis daerah tempat tinggal konsumen yang menjadi responden yang paling banyak konsumen dengan daerah tempat tinggal dengan jarak 1 sampai 3 KM.

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kedatangan

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh karakteristik responden berdasarkan frekuensi kedatangan disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 11. Distribusi Frekuensi Kedatangan

Frekuensi Kedatangan	Frekuensi	Persentase
1-3 kali/bulan	51	65,38%
3-5 kali/bulan	18	23,08%
Lebih dari 5 kali/bulan	9	11,54%
Jumlah	78	100%

Sumber: Data Penelitian, 2014

Dari tabel diatas dapat dilihat dengan total 76 orang responden yang paling banyak mengkonsumsi makanan Nikkou Ramen adalah dengan frekuensi kedatangan 1-3 kali/bulan yaitu sebanyak 47 orang dengan persentase 61,84%. kemudian responden frekuensi kedatangan 3-5 kali/bulan berjumlah 11 orang dengan persentase 14,47%, responden frekuensi kedatangan Lebih dari 5 kali/bulan berjumlah 8 orang dengan persentase 10,52%.

Berdasarkan hasil diatas maka dapat diketahui bahwa jenis pekerjaan konsumen yang menjadi responden yang paling banyak konsumen dengan frekuensi kedatangan 1 sampai 3 kali/bulan.

e. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh karakteristik responden berdasarkan umur disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 12. Distribusi Frekuensi Umur

Umur	Frekuensi	Persentase
15-20 tahun	22	28,21%
21-25 tahun	32	41,03%
26-30 tahun	13	16,67%
Lebih dari 30 tahun	11	14,10%
Jumlah	78	100%

Sumber: Data Penelitian, 2014

Dari tabel diatas dapat dilihat dengan total 76 orang responden yang paling banyak mengkonsumsi makanan Nikkou Ramen adalah dengan umur 21-25 tahun yaitu sebanyak 32 orang dengan persentase 42,10%. Dari responden umur 15-20 tahun berjumlah 22 orang dengan persentase 28,94%, responden umur 26-30 tahun berjumlah 13 orang dengan presentase 17,10%, dan responden umur lebih dari 30 tahun berjumlah 9 orang dengan persentase 11,84%.

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa konsumen yang paling banyak adalah konsumen yang berumur 21 sampai 25 tahun.

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Di Nikkou Ramen

Data faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk Nikkou Ramen yang diperoleh dari perhitungan olah data dengan

menggunakan bantuan program komputer SPSS v. 13, dapat dilihat pada Tabel dibawah ini:

a. Kualitas Produk

Tabel 13. Deskripsi Data Kualitas Produk (Harapan)

Statistics									
		Fungsi	Fitur	Keandalan	Conformance	Usia Produk	Pelayanan	Estetika	Perceived Quality
N	Valid	78	78	78	78	78	78	78	78
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		8.8590	8.0256	8.2692	8.1410	8.2308	8.0897	8.2436	3.9359
Median		9.0000	8.0000	8.0000	8.0000	8.0000	8.0000	8.0000	4.0000
Mode		10.00	8.00	8.00	8.00	8.00	8.00	9.00	4.00
Std. Deviation		1.10164	.91132	.90702	.87867	.93868	.87068	.88547	.56614
Variance		1.214	.831	.823	.772	.881	.758	.784	.321
Minimum		6.00	6.00	6.00	6.00	6.00	6.00	6.00	3.00
Maximum		10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	5.00
Sum		691.00	626.00	645.00	635.00	642.00	631.00	643.00	307.00

1) Fungsi/performance

Dari tabel diatas, dapat diketahui fungsi memiliki skor terendah 6 dan skor tertinggi 10. Dari data tersebut diperoleh nilai rerata (*Mean*) sebesar 8, 8590; nilai tengah (*Median*) sebesar 9; Modus (*Mode*) sebesar 10; dan Standar Deviasi (*SD*) sebesar 1,10164; dengan jumlah skor total sebesar 691.

Berdasarkan data di atas dapat dibuat distribusi kecenderungan fungsi yang terlebih dahulu dilakukan dengan menghitung harga Mean ideal (*Mi*) dan Standar Deviasi ideal (*SDi*). Fungsi produk diukur dengan 2 pernyataan yaitu mencakup rasa dan porsi makanan dengan skala 1 sampai 5. Dari 2 butir pernyataan yang ada, diperoleh skor tertinggi ideal $2 \times 5 = 10$ dan skor terendah $2 \times 1 = 2$. Dari data tersebut diperoleh hasil Mean ideal (*Mi*) = $\frac{1}{2} \times (2 + 10) = 6$ dan Standar Deviasi ideal (*SDi*) = $\frac{1}{6} \times (10-2) = 1,33$.

Untuk mendapatkan kecenderungan fungsi yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk, dilakukan perhitungan kategorisasi

dengan menggunakan hasil perhitungan Mean ideal (M_i) dan Standar Deviasi ideal (SD_i) di atas. Ketentuan kategorisasi dibagi menjadi baik, cukup, kurang. Perhitungan kategorisasi tersebut menghasilkan rentang skor dari masing-masing kategorisasi. Hasil kategorisasi fungsi disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 14. Hasil Perhitungan Kategorisasi Fungsi (yang mencakup rasa dan porsi makanan)

Batas Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase
$X \geq 7,33$	Baik	67	85,9%
$4,67 \leq X < 7,33$	Cukup	11	14,1%
$X < 4,67$	Kurang	0	0%
Total		78	100%

Berdasarkan tabel hasil perhitungan kategorisasi di atas, dapat diketahui bahwa fungsi pada kategori baik sebanyak 67 orang (85,9%), kategori cukup sebanyak 11 orang (14,1%), kategori kurang sebanyak 0 orang (0%) yang dalam hal ini tidak ditampilkan dalam tabel.

Dari hasil di atas, dapat disimpulkan bahwa fungsi yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk di Nikkou Ramen adalah termasuk dalam kategori baik.

2) Fitur/features

Dari tabel diatas, dapat diketahui fitur memiliki skor terendah 6 dan skor tertinggi 10. Dari data tersebut diperoleh nilai rerata (*Mean*) sebesar 8,0256; nilai tengah (*Median*) sebesar 8; Modus (*Mode*) sebesar 8; dan Standar Deviasi (*SD*) sebesar 0,91132; dengan jumlah skor total sebesar 626.

Berdasarkan data di atas dapat dibuat distribusi kecenderungan fitur yang terlebih dahulu dilakukan dengan menghitung harga Mean ideal

(Mi) dan Standar Deviasi ideal (SDi). Fitur produk diukur dengan 2 pernyataan yaitu mencakup tampilan dan variasi makanan dengan skala 1 sampai 5. Dari 2 butir pernyataan yang ada, diperoleh skor tertinggi ideal $2 \times 5 = 10$ dan skor terendah $2 \times 1 = 2$. Dari data tersebut diperoleh hasil Mean ideal (Mi) = $\frac{1}{2} \times (2 + 10) = 6$ dan Standar Deviasi ideal (SDi) = $\frac{1}{6} \times (10-2) = 1,33$.

Untuk mendapatkan kecenderungan fitur yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk, dilakukan perhitungan kategorisasi dengan menggunakan hasil perhitungan Mean ideal (Mi) dan Standar Deviasi ideal (SDi) di atas. Ketentuan kategorisasi dibagi menjadi baik, cukup, kurang. Perhitungan kategorisasi tersebut menghasilkan rentang skor dari masing-masing kategorisasi. Hasil kategorisasi fitur disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 15. Hasil Perhitungan Kategorisasi Fitur (yang mencakup tampilan dan variasi makanan)

Batas Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase
X \geq 7,33	Baik	59	75,6%
4,67 \leq X < 7,33	Cukup	19	24,4%
X < 4,67	Kurang	0	0%
Total		78	100%

Berdasarkan tabel hasil perhitungan kategorisasi di atas, dapat diketahui bahwa fituri pada kategori baik sebanyak 59 orang (75,6%), kategori cukup sebanyak 19 orang (24,4%), kategori kurang sebanyak 0 orang (0%) yang dalam hal ini tidak ditampilkan dalam tabel.

Dari hasil di atas, dapat disimpulkan bahwa fitur yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk Nikkou Ramen adalah termasuk dalam kategori baik.

3) Keandalan/*reliability*

Dari tabel diatas, dapat diketahui keandalan memiliki skor terendah 6 dan skor tertinggi 10. Dari data tersebut diperoleh nilai rerata (*Mean*) sebesar 8,2692; nilai tengah (*Median*) sebesar 8; Modus (*Mode*) sebesar 8; dan Standar Deviasi (*SD*) sebesar 0,90702; dengan jumlah skor total sebesar 645.

Berdasarkan data di atas dapat dibuat distribusi kecenderungan keandalan yang terlebih dahulu dilakukan dengan menghitung harga Mean ideal (*Mi*) dan Standar Deviasi ideal (*SDi*). Keandalan produk diukur dengan 2 pernyataan yaitu mencakup kehygienisan dan kesegaran bahan makanan dengan skala 1 sampai 5. Dari 2 butir pernyataan yang ada, diperoleh skor tertinggi ideal $2 \times 5 = 10$ dan skor terendah $2 \times 1 = 2$. Dari data tersebut diperoleh hasil Mean ideal (*Mi*) = $\frac{1}{2} \times (2 + 10) = 6$ dan Standar Deviasi ideal (*SDi*) = $\frac{1}{6} \times (10-2) = 1,33$.

Untuk mendapatkan kecenderungan keandalan yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk, dilakukan perhitungan kategorisasi dengan menggunakan hasil perhitungan Mean ideal (*Mi*) dan Standar Deviasi ideal (*SDi*) di atas. Ketentuan kategorisasi dibagi menjadi baik, cukup, kurang. Perhitungan kategorisasi tersebut menghasilkan rentang skor dari masing-masing kategorisasi. Hasil kategorisasi keandalan disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 16. Hasil Perhitungan Kategorisasi Keandalan (yang mencakup ke higienisan dan kesegaran bahan makanan)

Batas Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase
X \geq 7,33	Baik	65	83,3%
4,67 X < 7,33	Cukup	13	16,7%
X < 4,67	Kurang	0	0%
Total		78	100%

Berdasarkan tabel hasil perhitungan kategorisasi di atas, dapat diketahui bahwa keandalan pada kategori baik sebanyak 65 orang (83,3%), kategori cukup sebanyak 13 orang (16,7%), kategori kurang sebanyak 0 orang (0%) yang dalam hal ini tidak ditampilkan dalam tabel.

Dari hasil di atas, dapat disimpulkan bahwa keandalan yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk Nikkou Ramen adalah termasuk dalam kategori baik.

4) *Conformance*

Dari tabel diatas, dapat diketahui *conformance* memiliki skor terendah 6 dan skor tertinggi 10. Dari data tersebut diperoleh nilai rerata (*Mean*) sebesar 8,1410; nilai tengah (*Median*) sebesar 8; Modus (*Mode*) sebesar 8; dan Standar Deviasi (*SD*) sebesar 0,87867; dengan jumlah skor total sebesar 635.

Berdasarkan data di atas dapat dibuat distribusi kecenderungan *conformance* yang terlebih dahulu dilakukan dengan menghitung harga Mean ideal (*Mi*) dan Standar Deviasi ideal (*SDi*). *Conformance* produk diukur dengan 2 pernyataan yaitu mencakup standar mutu makanan dan kesesuaian cita rasa dengan skala 1 sampai 5. Dari 2 butir pernyataan yang ada, diperoleh skor tertinggi ideal $2 \times 5 = 10$ dan skor terendah 2×1

= 2. Dari data tersebut diperoleh hasil Mean ideal (M_i) = $\frac{1}{2} \times (2 + 10) = 6$ dan Standar Deviasi ideal (SD_i) = $\frac{1}{6} \times (10-2) = 1,33$.

Untuk mendapatkan kecenderungan *conformance* yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk, dilakukan perhitungan kategorisasi dengan menggunakan hasil perhitungan Mean ideal (M_i) dan Standar Deviasi ideal (SD_i) di atas. Ketentuan kategorisasi dibagi menjadi baik, cukup, kurang. Perhitungan kategorisasi tersebut menghasilkan rentang skor dari masing-masing kategorisasi. Hasil kategorisasi *conformance* disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 17. Hasil Perhitungan Kategorisasi *Conformance* (yang mencakup standar mutu makanan dan kesesuaian cita rasa)

Batas Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase
X \geq 7,33	Baik	63	80,8%
4,67 $<$ X $<$ 7,33	Cukup	15	19,2%
X $<$ 4,67	Kurang	0	0%
Total		78	100%

Berdasarkan tabel hasil perhitungan kategorisasi di atas, dapat diketahui bahwa *conformance* pada kategori baik sebanyak 63 orang (80,8%), kategori cukup sebanyak 15 orang (19,2%), kategori kurang sebanyak 0 orang (0%) yang dalam hal ini tidak ditampilkan dalam tabel.

Dari hasil di atas, dapat disimpulkan bahwa *conformance* yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk Nikkou Ramen adalah termasuk dalam kategori baik.

5) Usia Produk/*durability*

Dari tabel diatas, dapat diketahui usia produk memiliki skor terendah 6 dan skor tertinggi 10. Dari data tersebut diperoleh nilai rerata (*Mean*) sebesar 8,2308; nilai tengah (*Median*) sebesar 8; Modus (*Mode*)

sebesar 7; dan Standar Deviasi (*SD*) sebesar 0,93868; dengan jumlah skor total sebesar 642.

Berdasarkan data di atas dapat dibuat distribusi kecenderungan usia produk yang terlebih dahulu dilakukan dengan menghitung harga Mean ideal (*Mi*) dan Standar Deviasi ideal (*SDi*). Usia produk diukur dengan 2 pernyataan yaitu mencakup ketahanan makanan dengan skala 1 sampai 5. Dari 2 butir pernyataan yang ada, diperoleh skor tertinggi ideal $2 \times 5 = 10$ dan skor terendah $2 \times 1 = 2$. Dari data tersebut diperoleh hasil Mean ideal (*Mi*) = $\frac{1}{2} \times (2 + 10) = 6$ dan Standar Deviasi ideal (*SDi*) = $\frac{1}{6} \times (10-2) = 1,33$.

Untuk mendapatkan kecenderungan usia produk yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk, dilakukan perhitungan kategorisasi dengan menggunakan hasil perhitungan Mean ideal (*Mi*) dan Standar Deviasi ideal (*SDi*) di atas. Ketentuan kategorisasi dibagi menjadi baik, cukup, kurang. Perhitungan kategorisasi tersebut menghasilkan rentang skor dari masing-masing kategorisasi. Hasil kategorisasi usia produk disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 18. Hasil Perhitungan Kategorisasi Usia Produk (yang yaitu mencakup ketahanan makanan)

Batas Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase
$X \geq 7,33$	Baik	64	82,1%
$4,67 \leq X < 7,33$	Cukup	14	17,9%
$X < 4,67$	Kurang	0	0%
Total		78	100%

Berdasarkan tabel hasil perhitungan kategorisasi di atas, dapat diketahui bahwa usia produk pada kategori baik sebanyak 64 orang

(82,1%), kategori cukup sebanyak 14 orang (17,9%), kategori kurang sebanyak 0 orang (0%) yang dalam hal ini tidak ditampilkan dalam tabel.

Dari hasil di atas, dapat disimpulkan bahwa usia produk yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk Nikkou Ramen adalah termasuk dalam kategori baik.

6) Pelayanan/*serviceability*

Dari tabel diatas, dapat diketahui pelayanan memiliki skor terendah 6 dan skor tertinggi 10. Dari data tersebut diperoleh nilai rerata (*Mean*) sebesar 8,0897; nilai tengah (*Median*) sebesar 8; Modus (*Mode*) sebesar 9; dan Standar Deviasi (*SD*) sebesar 0,87068; dengan jumlah skor total sebesar 631.

Berdasarkan data di atas dapat dibuat distribusi kecenderungan pelayanan yang terlebih dahulu dilakukan dengan menghitung harga Mean ideal (*Mi*) dan Standar Deviasi ideal (*SDi*). Pelayanan produk diukur dengan 2 pernyataan yaitu mencakup kecepatan dan kemudahan layanan dengan skala 1 sampai 5. Dari 2 butir pernyataan yang ada, diperoleh skor tertinggi ideal $2 \times 5 = 10$ dan skor terendah $2 \times 1 = 2$. Dari data tersebut diperoleh hasil Mean ideal (*Mi*) = $\frac{1}{2} \times (2 + 10) = 6$ dan Standar Deviasi ideal (*SDi*) = $\frac{1}{6} \times (10-2) = 1,33$.

Untuk mendapatkan kecenderungan pelayanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk, dilakukan perhitungan kategorisasi dengan menggunakan hasil perhitungan Mean ideal (*Mi*) dan Standar Deviasi ideal (*SDi*) di atas. Ketentuan kategorisasi dibagi menjadi baik, cukup, kurang. Perhitungan kategorisasi tersebut

menghasilkan rentang skor dari masing-masing kategorisasi. Hasil kategorisasi pelayanan disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 19. Hasil Perhitungan Kategorisasi Pelayanan (yang mencakup kecepatan dan kemudahan layanan)

Batas Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase
X \geq 7,33	Baik	62	79,5%
4,67 $<$ X $<$ 7,33	Cukup	16	20,5%
X $<$ 4,67	Kurang	0	0%
Total		78	100%

Berdasarkan tabel hasil perhitungan kategorisasi di atas, dapat diketahui bahwa pelayanan pada kategori baik sebanyak 62 orang (79,5%), kategori cukup sebanyak 16 orang (20,5%), kategori kurang sebanyak 0 orang (0%) yang dalam hal ini tidak ditampilkan dalam tabel.

Dari hasil di atas, dapat disimpulkan bahwa *conformance* yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk Nikkou Ramen adalah termasuk dalam kategori baik.

7) Estetika

Dari tabel diatas, dapat diketahui estetika memiliki skor terendah 6 dan skor tertinggi 10. Dari data tersebut diperoleh nilai rerata (*Mean*) sebesar 8,2436; nilai tengah (*Median*) sebesar 8; Modus (*Mode*) sebesar 8; dan Standar Deviasi (*SD*) sebesar 0,88547; dengan jumlah skor total sebesar 643.

Berdasarkan data di atas dapat dibuat distribusi kecenderungan estetika yang terlebih dahulu dilakukan dengan menghitung harga Mean ideal (*Mi*) dan Standar Deviasi ideal (*SDi*). Estetika produk diukur dengan 2 pernyataan yaitu mencakup keunikan dan keindahan makanan dengan skala 1 sampai 5. Dari 2 butir pernyataan yang ada, diperoleh skor

tertinggi ideal $2 \times 5 = 10$ dan skor terendah $2 \times 1 = 2$. Dari data tersebut diperoleh hasil Mean ideal (M_i) = $\frac{1}{2} \times (2 + 10) = 6$ dan Standar Deviasi ideal (SD_i) = $\frac{1}{6} \times (10-2) = 1,33$.

Untuk mendapatkan kecenderungan estetika yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk, dilakukan perhitungan kategorisasi dengan menggunakan hasil perhitungan Mean ideal (M_i) dan Standar Deviasi ideal (SD_i) di atas. Ketentuan kategorisasi dibagi menjadi baik, cukup, kurang. Perhitungan kategorisasi tersebut menghasilkan rentang skor dari masing-masing kategorisasi. Hasil kategorisasi estetika disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 20. Hasil Perhitungan Kategorisasi Estetika (yang mencakup keunikan dan keindahan makanan)

Batas Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase
$X \geq 7,33$	Baik	65	83,3%
$4,67 \leq X < 7,33$	Cukup	13	16,7%
$X < 4,67$	Kurang	0	0%
Total		78	100%

Berdasarkan tabel hasil perhitungan kategorisasi di atas, dapat diketahui bahwa estetika pada kategori baik sebanyak 65 orang (83,3%), kategori cukup sebanyak 13 orang (16,7%), kategori kurang sebanyak 0 orang (0%) yang dalam hal ini tidak ditampilkan dalam tabel.

Dari hasil di atas, dapat disimpulkan bahwa estetika yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk Nikkou Ramen adalah termasuk dalam kategori baik.

8) Perceived Quality

Dari tabel diatas, dapat diketahui *conformance* memiliki skor terendah 3 dan skor tertinggi 5. Dari data tersebut diperoleh nilai rerata

(*Mean*) sebesar 3,9359; nilai tengah (*Median*) sebesar 4; Modus (*Mode*) sebesar 4; dan Standar Deviasi (*SD*) sebesar 0,56614; dengan jumlah skor total sebesar 307.

Berdasarkan data di atas dapat dibuat distribusi kecenderungan *conformance* yang terlebih dahulu dilakukan dengan menghitung harga Mean ideal (*Mi*) dan Standar Deviasi ideal (*SDi*). *Conformance* produk diukur dengan 1 pernyataan yaitu mencakup persepsi konsumen terhadap makanan dengan skala 1 sampai 5. Dari 1 butir pernyataan yang ada, diperoleh skor tertinggi ideal $1 \times 5 = 5$ dan skor terendah $1 \times 1 = 1$. Dari data tersebut diperoleh hasil Mean ideal (*Mi*) = $\frac{1}{2} \times (1 + 5) = 3$ dan Standar Deviasi ideal (*SDi*) = $\frac{1}{6} \times (5-1) = 0,67$.

Untuk mendapatkan kecenderungan *perceived quality* yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk, dilakukan perhitungan kategorisasi dengan menggunakan hasil perhitungan Mean ideal (*Mi*) dan Standar Deviasi ideal (*SDi*) di atas. Ketentuan kategorisasi dibagi menjadi baik, cukup, kurang. Perhitungan kategorisasi tersebut menghasilkan rentang skor dari masing-masing kategorisasi. Hasil kategorisasi *perceived quality* disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 21. Hasil Perhitungan Kategorisasi *Perceived Quality* (yang mencakup persepsi konsumen terhadap makanan)

Batas Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase
X \geq 3,67	Baik	63	80,8%
2,33 X < 3,67	Cukup	15	19,2%
X < 2,33	Kurang	0	0%
Total		78	100%

Berdasarkan tabel hasil perhitungan kategorisasi di atas, dapat diketahui bahwa *perceived quality* pada kategori baik sebanyak 63 orang

(80,8%), kategori cukup sebanyak 15 orang (19,2%), kategori kurang sebanyak 0 orang (0%) yang dalam hal ini tidak ditampilkan dalam tabel.

Dari hasil di atas, dapat disimpulkan bahwa *perceived quality* yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk Nikkou Ramen adalah termasuk dalam kategori baik.

Tabel 22. Deskripsi Data Kualitas Produk (Kenyataan)

Statistics									
		Fungsi	Fitur	Keandalan	Conformance	Usia Produk	Pelayanan	Estetika	Perceived Quality
N	Valid	78	78	78	78	78	78	78	78
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		8.3846	7.6538	7.7564	8.0128	7.6026	7.9744	7.4103	3.7051
Median		9.0000	8.0000	8.0000	8.0000	8.0000	8.0000	8.0000	4.0000
Mode		9.00	8.00	8.00	8.00	7.00	9.00	8.00	4.00
Std. Deviation		1.00945	1.07904	.82471	1.07502	.95808	1.08082	1.06217	.56082
Variance		1.019	1.164	.680	1.156	.918	1.168	1.128	.315
Range		3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	2.00
Minimum		7.00	6.00	6.00	6.00	6.00	6.00	6.00	3.00
Maximum		10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	9.00	5.00
Sum		654.00	597.00	605.00	625.00	593.00	622.00	578.00	289.00

1) Fungsi/performance

Dari tabel diatas, dapat diketahui fungsi memiliki skor terendah 7 dan skor tertinggi 10. Dari data tersebut diperoleh nilai rerata (*Mean*) sebesar 8, 3846; nilai tengah (*Median*) sebesar 9; Modus (*Mode*) sebesar 9; dan Standar Deviasi (*SD*) sebesar 1,00945; dengan jumlah skor total sebesar 654.

Berdasarkan data di atas dapat dibuat distribusi kecenderungan fungsi yang terlebih dahulu dilakukan dengan menghitung harga Mean ideal (*Mi*) dan Standar Deviasi ideal (*SDi*). Fungsi produk diukur dengan 2 pernyataan yaitu mencakup rasa dan porsi makanan dengan skala 1 sampai 5. Dari 2 butir pernyataan yang ada, diperoleh skor tertinggi ideal $2 \times 5 = 10$ dan skor terendah $2 \times 1 = 2$. Dari data tersebut diperoleh hasil

Mean ideal (M_i) = $\frac{1}{2} \times (2 + 10) = 6$ dan Standar Deviasi ideal (SD_i) = $\frac{1}{6} \times (10-2) = 1,33$.

Untuk mendapatkan kecenderungan fungsi yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk, dilakukan perhitungan kategorisasi dengan menggunakan hasil perhitungan Mean ideal (M_i) dan Standar Deviasi ideal (SD_i) di atas. Ketentuan kategorisasi dibagi menjadi baik, cukup, kurang. Perhitungan kategorisasi tersebut menghasilkan rentang skor dari masing-masing kategorisasi. Hasil kategorisasi fungsi disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 23. Hasil Perhitungan Kategorisasi Fungsi (yang mencakup rasa dan porsi makanan)

Batas Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase
X $\geq 7,33$	Baik	56	71,8%
4,67 $< X < 7,33$	Cukup	22	28,2%
X $< 4,67$	Kurang	0	0%
Total		78	100%

Berdasarkan tabel hasil perhitungan kategorisasi di atas, dapat diketahui bahwa fungsi pada kategori baik sebanyak 56 orang (71,8%), kategori cukup sebanyak 22 orang (28,2%), kategori kurang sebanyak 0 orang (0%) yang dalam hal ini tidak ditampilkan dalam tabel.

Dari hasil di atas, dapat disimpulkan bahwa fungsi yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk di Nikkou Ramen adalah termasuk dalam kategori baik.

2) Fitur/features

Dari tabel diatas, dapat diketahui fitur memiliki skor terendah 6 dan skor tertinggi 10. Dari data tersebut diperoleh nilai rerata (*Mean*) sebesar 7,6538; nilai tengah (*Median*) sebesar 8; Modus (*Mode*) sebesar 8; dan

Standar Deviasi (*SD*) sebesar 1,07904; dengan jumlah skor total sebesar 597.

Berdasarkan data di atas dapat dibuat distribusi kecenderungan fitur yang terlebih dahulu dilakukan dengan menghitung harga Mean ideal (*Mi*) dan Standar Deviasi ideal (*SDi*). Fitur produk diukur dengan 2 pernyataan yaitu mencakup tampilan dan variasi makanan dengan skala 1 sampai 5. Dari 2 butir pernyataan yang ada, diperoleh skor tertinggi ideal $2 \times 5 = 10$ dan skor terendah $2 \times 1 = 2$. Dari data tersebut diperoleh hasil Mean ideal (*Mi*) = $\frac{1}{2} \times (2 + 10) = 6$ dan Standar Deviasi ideal (*SDi*) = $\frac{1}{6} \times (10-2) = 1,33$.

Untuk mendapatkan kecenderungan fitur yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk, dilakukan perhitungan kategorisasi dengan menggunakan hasil perhitungan Mean ideal (*Mi*) dan Standar Deviasi ideal (*SDi*) di atas. Ketentuan kategorisasi dibagi menjadi baik, cukup, kurang. Perhitungan kategorisasi tersebut menghasilkan rentang skor dari masing-masing kategorisasi. Hasil kategorisasi fitur disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 24. Hasil Perhitungan Kategorisasi Fitur (yang mencakup tampilan dan variasi makanan)

Batas Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase
$X \geq 7,33$	Baik	45	57,7%
$4,67 \leq X < 7,33$	Cukup	33	42,3%
$X < 4,67$	Kurang	0	0%
Total		78	100%

Berdasarkan tabel hasil perhitungan kategorisasi di atas, dapat diketahui bahwa fituri pada kategori baik sebanyak 45 orang (57,7%),

kategori cukup sebanyak 33 orang (42,3%), kategori kurang sebanyak 0 orang (0%) yang dalam hal ini tidak ditampilkan dalam tabel.

Dari hasil di atas, dapat disimpulkan bahwa fitur yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk Nikkou Ramen adalah termasuk dalam kategori baik.

3) Keandalan/*reliability*

Dari tabel diatas, dapat diketahui keandalan memiliki skor terendah 6 dan skor tertinggi 10. Dari data tersebut diperoleh nilai rerata (*Mean*) sebesar 7,7564; nilai tengah (*Median*) sebesar 8; Modus (*Mode*) sebesar 8; dan Standar Deviasi (*SD*) sebesar 0,82471; dengan jumlah skor total sebesar 605.

Berdasarkan data di atas dapat dibuat distribusi kecenderungan keandalan yang terlebih dahulu dilakukan dengan menghitung harga Mean ideal (*Mi*) dan Standar Deviasi ideal (*SDi*). Keandalan produk diukur dengan 2 pernyataan yaitu mencakup kebersihan dan kesegaran bahan makanan dengan skala 1 sampai 5. Dari 2 butir pernyataan yang ada, diperoleh skor tertinggi ideal $2 \times 5 = 10$ dan skor terendah $2 \times 1 = 2$. Dari data tersebut diperoleh hasil Mean ideal (*Mi*) = $\frac{1}{2} \times (2 + 10) = 6$ dan Standar Deviasi ideal (*SDi*) = $\frac{1}{6} \times (10-2) = 1,33$.

Untuk mendapatkan kecenderungan keandalan yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk, dilakukan perhitungan kategorisasi dengan menggunakan hasil perhitungan Mean ideal (*Mi*) dan Standar Deviasi ideal (*SDi*) di atas. Ketentuan kategorisasi dibagi menjadi baik, cukup, kurang. Perhitungan kategorisasi tersebut

menghasilkan rentang skor dari masing-masing kategorisasi. Hasil kategorisasi keandalan disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 25. Hasil Perhitungan Kategorisasi Keandalan (yang mencakup kehygienisan dan kesegaran bahan makanan)

Batas Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase
X \geq 7,33	Baik	49	62,8%
4,67 $<$ X $<$ 7,33	Cukup	29	37,2%
X $<$ 4,67	Kurang	0	0%
Total		78	100%

Berdasarkan tabel hasil perhitungan kategorisasi di atas, dapat diketahui bahwa keandalan pada kategori baik sebanyak 49 orang (62,8%), kategori cukup sebanyak 29 orang (37,2%), kategori kurang sebanyak 0 orang (0%) yang dalam hal ini tidak ditampilkan dalam tabel.

Dari hasil di atas, dapat disimpulkan bahwa keandalan yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk Nikkou Ramen adalah termasuk dalam kategori baik.

4) *Conformance*

Dari tabel diatas, dapat diketahui *conformance* memiliki skor terendah 6 dan skor tertinggi 10. Dari data tersebut diperoleh nilai rerata (*Mean*) sebesar 8,0128; nilai tengah (*Median*) sebesar 8; Modus (*Mode*) sebesar 8; dan Standar Deviasi (*SD*) sebesar 1,07902; dengan jumlah skor total sebesar 625.

Berdasarkan data di atas dapat dibuat distribusi kecenderungan *conformance* yang terlebih dahulu dilakukan dengan menghitung harga Mean ideal (*Mi*) dan Standar Deviasi ideal (*SDi*). *Conformance* produk diukur dengan 2 pernyataan yaitu mencakup standar mutu makanan dan kesesuaian cita rasa dengan skala 1 sampai 5. Dari 2 butir pernyataan

yang ada, diperoleh skor tertinggi ideal $2 \times 5 = 10$ dan skor terendah $2 \times 1 = 2$. Dari data tersebut diperoleh hasil Mean ideal (M_i) = $\frac{1}{2} \times (2 + 10) = 6$ dan Standar Deviasi ideal (SD_i) = $\frac{1}{6} \times (10-2) = 1,33$.

Untuk mendapatkan kecenderungan *conformance* yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk, dilakukan perhitungan kategorisasi dengan menggunakan hasil perhitungan Mean ideal (M_i) dan Standar Deviasi ideal (SD_i) di atas. Ketentuan kategorisasi dibagi menjadi baik, cukup, kurang. Perhitungan kategorisasi tersebut menghasilkan rentang skor dari masing-masing kategorisasi. Hasil kategorisasi *conformance* disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 26. Hasil Perhitungan Kategorisasi *Conformance* (yang mencakup standar mutu makanan dan kesesuaian cita rasa)

Batas Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase
X $\geq 7,33$	Baik	50	64,1%
4,67 $< X < 7,33$	Cukup	28	35,9%
X $< 4,67$	Kurang	0	0%
Total		78	100%

Berdasarkan tabel hasil perhitungan kategorisasi di atas, dapat diketahui bahwa *conformance* pada kategori baik sebanyak 50 orang (64,1%), kategori cukup sebanyak 28 orang (35,9%), kategori kurang sebanyak 0 orang (0%) yang dalam hal ini tidak ditampilkan dalam tabel.

Dari hasil di atas, dapat disimpulkan bahwa *conformance* yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk Nikkou Ramen adalah termasuk dalam kategori baik.

5) Usia Produk/*durability*

Dari tabel diatas, dapat diketahui usia produk memiliki skor terendah 6 dan skor tertinggi 10. Dari data tersebut diperoleh nilai rerata

(Mean) sebesar 7,6026; nilai tengah (Median) sebesar 8; Modus (Mode) sebesar 7; dan Standar Deviasi (SD) sebesar 0,95808; dengan jumlah skor total sebesar 593.

Berdasarkan data di atas dapat dibuat distribusi kecenderungan usia produk yang terlebih dahulu dilakukan dengan menghitung harga Mean ideal (Mi) dan Standar Deviasi ideal (SDi). Usia produk diukur dengan 2 pernyataan yaitu mencakup ketahanan makanan dengan skala 1 sampai 5. Dari 2 butir pernyataan yang ada, diperoleh skor tertinggi ideal $2 \times 5 = 10$ dan skor terendah $2 \times 1 = 2$. Dari data tersebut diperoleh hasil Mean ideal (Mi) $= \frac{1}{2} \times (2 + 10) = 6$ dan Standar Deviasi ideal (SDi) $= \frac{1}{6} \times (10-2) = 1,33$.

Untuk mendapatkan kecenderungan usia produk yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk, dilakukan perhitungan kategorisasi dengan menggunakan hasil perhitungan Mean ideal (Mi) dan Standar Deviasi ideal (SDi) di atas. Ketentuan kategorisasi dibagi menjadi baik, cukup, kurang. Perhitungan kategorisasi tersebut menghasilkan rentang skor dari masing-masing kategorisasi. Hasil kategorisasi usia produk disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 27. Hasil Perhitungan Kategorisasi Usia Produk (yang yaitu mencakup ketahanan makanan)

Batas Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase
$X \geq 7,33$	Baik	40	51,3%
$4,67 \leq X < 7,33$	Cukup	38	48,7%
$X < 4,67$	Kurang	0	0%
Total		78	100%

Berdasarkan tabel hasil perhitungan kategorisasi di atas, dapat diketahui bahwa usia produk pada kategori baik sebanyak 40 orang

(51,3%), kategori cukup sebanyak 38 orang (48,7%), kategori kurang sebanyak 0 orang (0%) yang dalam hal ini tidak ditampilkan dalam tabel.

Dari hasil di atas, dapat disimpulkan bahwa usia produk yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk Nikkou Ramen adalah termasuk dalam kategori baik.

6) Pelayanan/*serviceability*

Dari tabel diatas, dapat diketahui pelayanan memiliki skor terendah 6 dan skor tertinggi 10. Dari data tersebut diperoleh nilai rerata (*Mean*) sebesar 7,9744; nilai tengah (*Median*) sebesar 8; Modus (*Mode*) sebesar 9; dan Standar Deviasi (*SD*) sebesar 1,08082; dengan jumlah skor total sebesar 622.

Berdasarkan data di atas dapat dibuat distribusi kecenderungan pelayanan yang terlebih dahulu dilakukan dengan menghitung harga Mean ideal (*Mi*) dan Standar Deviasi ideal (*SDi*). Pelayanan produk diukur dengan 2 pernyataan yaitu mencakup kecepatan dan kemudahan layanan dengan skala 1 sampai 5. Dari 2 butir pernyataan yang ada, diperoleh skor tertinggi ideal $2 \times 5 = 10$ dan skor terendah $2 \times 1 = 2$. Dari data tersebut diperoleh hasil Mean ideal (*Mi*) = $\frac{1}{2} \times (2 + 10) = 6$ dan Standar Deviasi ideal (*SDi*) = $\frac{1}{6} \times (10-2) = 1,33$.

Untuk mendapatkan kecenderungan pelayanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk, dilakukan perhitungan kategorisasi dengan menggunakan hasil perhitungan Mean ideal (*Mi*) dan Standar Deviasi ideal (*SDi*) di atas. Ketentuan kategorisasi dibagi menjadi baik, cukup, kurang. Perhitungan kategorisasi tersebut

menghasilkan rentang skor dari masing-masing kategorisasi. Hasil kategorisasi pelayanan disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 28. Hasil Perhitungan Kategorisasi Pelayanan (yang mencakup kecepatan dan kemudahan layanan)

Batas Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase
X \geq 7,33	Baik	50	64,1%
4,67 $<$ X $<$ 7,33	Cukup	28	35,9%
X $<$ 4,67	Kurang	0	0%
Total		78	100%

Berdasarkan tabel hasil perhitungan kategorisasi di atas, dapat diketahui bahwa pelayanan pada kategori baik sebanyak 50 orang (64,1%), kategori cukup sebanyak 28 orang (35,9%), kategori kurang sebanyak 0 orang (0%) yang dalam hal ini tidak ditampilkan dalam tabel.

Dari hasil di atas, dapat disimpulkan bahwa *conformance* yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk Nikkou Ramen adalah termasuk dalam kategori baik.

7) Estetika

Dari tabel diatas, dapat diketahui estetika memiliki skor terendah 6 dan skor tertinggi 9. Dari data tersebut diperoleh nilai rerata (*Mean*) sebesar 7,4103; nilai tengah (*Median*) sebesar 8; Modus (*Mode*) sebesar 8; dan Standar Deviasi (*SD*) sebesar 1,06217; dengan jumlah skor total sebesar 578.

Berdasarkan data di atas dapat dibuat distribusi kecenderungan estetika yang terlebih dahulu dilakukan dengan menghitung harga Mean ideal (*Mi*) dan Standar Deviasi ideal (*SDi*). Estetika produk diukur dengan 2 pernyataan yaitu mencakup keunikan dan keindahan makanan dengan skala 1 sampai 5. Dari 2 butir pernyataan yang ada, diperoleh skor

tertinggi ideal $2 \times 5 = 10$ dan skor terendah $2 \times 1 = 2$. Dari data tersebut diperoleh hasil Mean ideal (M_i) = $\frac{1}{2} \times (2 + 10) = 6$ dan Standar Deviasi ideal (SD_i) = $\frac{1}{6} \times (10-2) = 1,33$.

Untuk mendapatkan kecenderungan estetika yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk, dilakukan perhitungan kategorisasi dengan menggunakan hasil perhitungan Mean ideal (M_i) dan Standar Deviasi ideal (SD_i) di atas. Ketentuan kategorisasi dibagi menjadi baik, cukup, kurang. Perhitungan kategorisasi tersebut menghasilkan rentang skor dari masing-masing kategorisasi. Hasil kategorisasi estetika disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 29. Hasil Perhitungan Kategorisasi Estetika (yang mencakup keunikan dan keindahan makanan)

Batas Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase
$X \geq 7,33$	Baik	40	51,3%
$4,67 \leq X < 7,33$	Cukup	38	48,7%
$X < 4,67$	Kurang	0	0%
Total		78	100%

Berdasarkan tabel hasil perhitungan kategorisasi di atas, dapat diketahui bahwa estetika pada kategori baik sebanyak 40 orang (51,3%), kategori cukup sebanyak 38 orang (48,7%), kategori kurang sebanyak 0 orang (0%) yang dalam hal ini tidak ditampilkan dalam tabel.

Dari hasil di atas, dapat disimpulkan bahwa estetika yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk Nikkou Ramen adalah termasuk dalam kategori baik.

8) Perceived Quality

Dari tabel diatas, dapat diketahui *conformance* memiliki skor terendah 3 dan skor tertinggi 5. Dari data tersebut diperoleh nilai rerata

(*Mean*) sebesar 3,7051; nilai tengah (*Median*) sebesar 4; Modus (*Mode*) sebesar 4; dan Standar Deviasi (*SD*) sebesar 0,56082; dengan jumlah skor total sebesar 289.

Berdasarkan data di atas dapat dibuat distribusi kecenderungan *conformance* yang terlebih dahulu dilakukan dengan menghitung harga Mean ideal (*Mi*) dan Standar Deviasi ideal (*SDi*). *Conformance* produk diukur dengan 1 pernyataan yaitu mencakup persepsi konsumen terhadap makanan dengan skala 1 sampai 5. Dari 1 butir pernyataan yang ada, diperoleh skor tertinggi ideal $1 \times 5 = 5$ dan skor terendah $1 \times 1 = 1$. Dari data tersebut diperoleh hasil Mean ideal (*Mi*) = $\frac{1}{2} \times (1 + 5) = 3$ dan Standar Deviasi ideal (*SDi*) = $\frac{1}{6} \times (5-1) = 0,67$.

Untuk mendapatkan kecenderungan *perceived quality* yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk, dilakukan perhitungan kategorisasi dengan menggunakan hasil perhitungan Mean ideal (*Mi*) dan Standar Deviasi ideal (*SDi*) di atas. Ketentuan kategorisasi dibagi menjadi baik, cukup, kurang. Perhitungan kategorisasi tersebut menghasilkan rentang skor dari masing-masing kategorisasi. Hasil kategorisasi *perceived quality* disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 30. Hasil Perhitungan Kategorisasi *Perceived Quality* (yang mencakup persepsi konsumen terhadap makanan)

Batas Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase
X ≥ 3,67	Baik	51	65,4%
2,33 ≤ X < 3,67	Cukup	27	34,5%
X < 2,33	Kurang	0	0%
Total		78	100%

Berdasarkan tabel hasil perhitungan kategorisasi di atas, dapat diketahui bahwa *perceived quality* pada kategori baik sebanyak 51 orang

(65,4%), kategori cukup sebanyak 27 orang (34,5%), kategori kurang sebanyak 0 orang (0%) yang dalam hal ini tidak ditampilkan dalam tabel.

Dari hasil di atas, dapat disimpulkan bahwa *perceived quality* yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk Nikkou Ramen adalah termasuk dalam kategori baik.

b. Kualitas Jasa

Tabel 31. Deskripsi Data Kualitas Jasa (Harapan)

		Statistics				
		Tangibles	Reliability	Responsiveness	Assurance	Empathy
N	Valid	78	78	78	78	78
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		12.6154	4.2949	8.2692	8.5385	8.3974
Median		12.5000	4.0000	8.0000	9.0000	9.0000
Mode		12.00	5.00	8.00	9.00	9.00
Std. Deviation		1.47032	.74046	.89258	.83265	.81128
Variance		2.162	.548	.797	.693	.658
Minimum		9.00	3.00	6.00	7.00	6.00
Maximum		15.00	5.00	10.00	10.00	10.00
Sum		984.00	335.00	645.00	666.00	655.00

1) *Tangibles*/sarana fisik

Dari tabel diatas, dapat diketahui *tangibles* memiliki skor terendah 9 dan skor tertinggi 15. Dari data tersebut diperoleh nilai rerata (*Mean*) sebesar 12,6154; nilai tengah (*Median*) sebesar 12,5; Modus (*Mode*) sebesar 12; dan Standar Deviasi (*SD*) sebesar 1,47032; dengan jumlah skor total sebesar 984.

Berdasarkan data di atas dapat dibuat distribusi kecenderungan *tangibles* yang terlebih dahulu dilakukan dengan menghitung harga Mean ideal (*Mi*) dan Standar Deviasi ideal (*SDi*). *Tangibles* jasa diukur dengan 3 pernyataan yaitu mencakup fasilitas yang disediakan dengan skala 1 sampai 5. Dari 3 butir pernyataan yang ada, diperoleh skor tertinggi ideal $3 \times 5 = 15$ dan skor terendah $3 \times 1 = 3$. Dari data tersebut diperoleh hasil

Mean ideal (M_i) = $\frac{1}{2} \times (15+3) = 9$ dan Standar Deviasi ideal (SD_i) = $\frac{1}{6} \times (15-3) = 2$.

Untuk mendapatkan kecenderungan *tangibles* yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk, dilakukan perhitungan kategorisasi dengan menggunakan hasil perhitungan Mean ideal (M_i) dan Standar Deviasi ideal (SD_i) di atas. Ketentuan kategorisasi dibagi menjadi baik, cukup, kurang. Perhitungan kategorisasi tersebut menghasilkan rentang skor dari masing-masing kategorisasi. Hasil kategorisasi *tangibles* disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 32. Hasil Perhitungan Kategorisasi *Tangibles*(yang mencakup fasilitas yang disediakan)

Batas Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase
X \geq 11,00	Baik	73	93,6%
7,00 $<$ X $<$ 11,00	Cukup	5	6,3%
X $<$ 7,00	Kurang	0	0%
Total		78	100%

Berdasarkan tabel hasil perhitungan kategorisasi di atas, dapat diketahui bahwa *tangibles* pada kategori baik sebanyak 73 orang (93,6%), kategori cukup sebanyak 5 orang (6,3%), kategori kurang sebanyak 0 orang (0%).

Dari hasil di atas, dapat disimpulkan bahwa *conformance* yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk Nikkou Ramen adalah termasuk dalam kategori baik.

2) *Reliability*/keandalan

Dari tabel diatas, dapat diketahui *reliability* memiliki skor terendah 3 dan skor tertinggi 5. Dari data tersebut diperoleh nilai rerata (*Mean*) sebesar 4,2949; nilai tengah (*Median*) sebesar 4; Modus (*Mode*) sebesar

5; dan Standar Deviasi (*SD*) sebesar 074046; dengan jumlah skor total sebesar 335.

Berdasarkan data di atas dapat dibuat distribusi kecenderungan *reliability* yang terlebih dahulu dilakukan dengan menghitung harga Mean ideal (*Mi*) dan Standar Deviasi ideal (*SDi*). *Reliability* jasa diukur dengan 1 pernyataan yaitu mencakup pelayanan yang benar dengan skala 1 sampai 5. Dari 1 butir pernyataan yang ada, diperoleh skor tertinggi ideal $1 \times 5 = 5$ dan skor terendah $1 \times 1 = 1$. Dari data tersebut diperoleh hasil Mean ideal (*Mi*) = $\frac{1}{2} \times (5+1) = 3$ dan Standar Deviasi ideal (*SDi*) = $\frac{1}{6} \times (5-1) = 0,67$.

Untuk mendapatkan kecenderungan *reliability* yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk, dilakukan perhitungan kategorisasi dengan menggunakan hasil perhitungan Mean ideal (*Mi*) dan Standar Deviasi ideal (*SDi*) di atas. Ketentuan kategorisasi dibagi menjadi baik, cukup, kurang. Perhitungan kategorisasi tersebut menghasilkan rentang skor dari masing-masing kategorisasi. Hasil kategorisasi *reliability* disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 33. Hasil Perhitungan Kategorisasi *Reliability* (yang mencakup pelayanan yang benar)

Batas Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase
X \geq 3,67	Baik	65	83,3%
2,33 \leq X < 3,67	Cukup	13	16,7%
X < 2,33	Kurang	0	0%
Total		78	100%

Berdasarkan tabel hasil perhitungan kategorisasi di atas, dapat diketahui bahwa *reliability* pada kategori baik sebanyak 65 orang (83,3%),

kategori cukup sebanyak 13 orang (16,7%), kategori kurang sebanyak 0 orang (0%) yang dalam hal ini tidak ditampilkan dalam tabel.

Dari hasil di atas, dapat disimpulkan bahwa *reliability* yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk Nikkou Ramen adalah termasuk dalam kategori baik.

3) Responsiveness/responsif

Dari tabel diatas, dapat diketahui *responsiveness* memiliki skor terendah 6 dan skor tertinggi 10. Dari data tersebut diperoleh nilai rerata (*Mean*) sebesar 8,1026; nilai tengah (*Median*) sebesar 8; Modus (*Mode*) sebesar 8; dan Standar Deviasi (*SD*) sebesar 1,27503; dengan jumlah skor total sebesar 632.

Berdasarkan data di atas dapat dibuat distribusi kecenderungan *responsiveness* yang terlebih dahulu dilakukan dengan menghitung harga Mean ideal (*Mi*) dan Standar Deviasi ideal (*SDi*). *Responsiveness* jasa diukur dengan 2 pernyataan yaitu mencakup pelayan yang sigap dan cepat dengan skala 1 sampai 5. Dari 2 butir pernyataan yang ada, diperoleh skor tertinggi ideal $2 \times 5 = 10$ dan skor terendah $2 \times 1 = 2$. Dari data tersebut diperoleh hasil Mean ideal (*Mi*) = $\frac{1}{2} \times (10+2) = 6$ dan Standar Deviasi ideal (*SDi*) = $\frac{1}{6} \times (10-2) = 1,33$.

Untuk mendapatkan kecenderungan *responsiveness* yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk, dilakukan perhitungan kategorisasi dengan menggunakan hasil perhitungan Mean ideal (*Mi*) dan Standar Deviasi ideal (*SDi*) di atas. Ketentuan kategorisasi dibagi menjadi baik, cukup, kurang. Perhitungan kategorisasi tersebut

menghasilkan rentang skor dari masing-masing kategorisasi. Hasil kategorisasi *responsiveness* disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 34. Hasil Perhitungan Kategorisasi *Responsiveness* (yang mencakup pelayan yang sigap dan cepat)

Batas Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase
X \geq 7,33	Baik	67	85,9 %
4,67 $<$ X $<$ 7,33	Cukup	11	14,1%
X $<$ 4,67	Kurang	0	0%
Total		78	100%

Berdasarkan tabel hasil perhitungan kategorisasi di atas, dapat diketahui bahwa *responsiveness* pada kategori baik sebanyak 67 orang (85,9%), kategori cukup sebanyak 11 orang (14,1%), kategori kurang sebanyak 0 orang (0%) yang dalam hal ini tidak ditampilkan dalam tabel.

Dari hasil di atas, dapat disimpulkan bahwa *responsiveness* yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk Nikkou Ramen adalah termasuk dalam kategori baik.

4) *Assurance/meyakinkan*

Dari tabel diatas, dapat diketahui *assurance* memiliki skor terendah 7 dan skor tertinggi 10. Dari data tersebut diperoleh nilai rerata (*Mean*) sebesar 0,5385; nilai tengah (*Median*) sebesar 8; Modus (*Mode*) sebesar 8; dan Standar Deviasi (*SD*) sebesar 0,83265; dengan jumlah skor total sebesar 666.

Berdasarkan data di atas dapat dibuat distribusi kecenderungan *assurance* yang terlebih dahulu dilakukan dengan menghitung harga Mean ideal (*Mi*) dan Standar Deviasi ideal (*SDi*). *Assurance* jasa diukur dengan 2 pernyataan yaitu mencakup pengetahuan dan keramahan karyawan dengan skala 1 sampai 5. Dari 2 butir pernyataan yang ada,

diperoleh skor tertinggi ideal $2 \times 5 = 10$ dan skor terendah $2 \times 1 = 2$. Dari data tersebut diperoleh hasil Mean ideal (M_i) = $\frac{1}{2} \times (10+2) = 6$ dan Standar Deviasi ideal (SD_i) = $\frac{1}{6} \times (10-2) = 1,33$.

Untuk mendapatkan kecenderungan *assurance* yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk, dilakukan perhitungan kategorisasi dengan menggunakan hasil perhitungan Mean ideal (M_i) dan Standar Deviasi ideal (SD_i) di atas. Ketentuan kategorisasi dibagi menjadi baik, cukup, kurang. Perhitungan kategorisasi tersebut menghasilkan rentang skor dari masing-masing kategorisasi. Hasil kategorisasi *assurance* disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 35. Hasil Perhitungan Kategorisasi *Assurance* (yang mencakup pengetahuan dan keramahan karyawan)

Batas Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase
$X \geq 7,33$	Baik	70	89,7%
$4,67 \leq X < 7,33$	Cukup	8	10,3%
$X < 4,67$	Kurang	0	0%
Total		78	100%

Berdasarkan tabel hasil perhitungan kategorisasi di atas, dapat diketahui bahwa *assurance* pada kategori baik sebanyak 70 orang (89,7%), kategori cukup sebanyak 8 orang (10,3%), kategori kurang sebanyak 0 orang (0%) yang dalam hal ini tidak ditampilkan dalam tabel.

Dari hasil di atas, dapat disimpulkan bahwa *assurance* yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk Nikkou Ramen adalah termasuk dalam kategori baik.

5) *Empathy*/menaruh perhatian

Dari tabel diatas, dapat diketahui *empathy* memiliki skor terendah 6 dan skor tertinggi 10. Dari data tersebut diperoleh nilai rerata (*Mean*)

sebesar 8,3974; nilai tengah (*Median*) sebesar 9; Modus (*Mode*) sebesar 9; dan Standar Deviasi (*SD*) sebesar 0,81128; dengan jumlah skor total sebesar 655.

Berdasarkan data di atas dapat dibuat distribusi kecenderungan *empathy* yang terlebih dahulu dilakukan dengan menghitung harga Mean ideal (*Mi*) dan Standar Deviasi ideal (*SDi*). *Empathy* jasa diukur dengan 2 pernyataan yang mencakup perhatian individu dan kepahaman karyawan dengan skala 1 sampai 5. Dari 2 butir pernyataan yang ada, diperoleh skor tertinggi ideal $2 \times 5 = 10$ dan skor terendah $2 \times 1 = 2$. Dari data tersebut diperoleh hasil Mean ideal (*Mi*) = $\frac{1}{2} \times (10+2) = 6$ dan Standar Deviasi ideal (*SDi*) = $\frac{1}{6} \times (10-2) = 1,33$.

Untuk mendapatkan kecenderungan *empathy* yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk, dilakukan perhitungan kategorisasi dengan menggunakan hasil perhitungan Mean ideal (*Mi*) dan Standar Deviasi ideal (*SDi*) di atas. Ketentuan kategorisasi dibagi menjadi baik, cukup, kurang. Perhitungan kategorisasi tersebut menghasilkan rentang skor dari masing-masing kategorisasi. Hasil kategorisasi *empathy* disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 36. Hasil Perhitungan Kategorisasi *Empathy* (yang mencakup perhatian individu dan kepahaman karyawan)

Batas Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase
$X \geq 7,33$	Baik	68	87,2%
$4,67 \leq X < 7,33$	Cukup	10	12,8%
$X < 4,67$	Kurang	0	0%
Total		78	100%

Berdasarkan tabel hasil perhitungan kategorisasi di atas, dapat diketahui bahwa *empathy* pada kategori baik sebanyak 68 orang (87,2%),

kategori cukup sebanyak 10 orang (12,8%), kategori kurang sebanyak 0 orang (0%) yang dalam hal ini tidak ditampilkan dalam tabel.

Dari hasil di atas, dapat disimpulkan bahwa *empathy* yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk Nikkou Ramen adalah termasuk dalam kategori baik.

Tabel 37. Deskripsi Data Kualitas Jasa (Kenyataan)

		Statistics				
		Tangibles	Reliability	Responsiveness	Assurance	Empathy
N	Valid	78	78	78	78	78
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		10.2564	4.0256	8.1026	7.9615	7.7949
Median		10.0000	4.0000	8.0000	8.0000	8.0000
Mode		9.00	4.00	8.00	9.00	8.00
Std. Deviation		1.47213	.80541	1.27503	.98617	.91678
Variance		2.167	.649	1.626	.973	.840
Range		9.00	2.00	4.00	3.00	4.00
Minimum		6.00	3.00	6.00	6.00	6.00
Maximum		15.00	5.00	10.00	9.00	10.00
Sum		800.00	314.00	632.00	621.00	608.00

1) *Tangibles*/sarana fisik

Dari tabel diatas, dapat diketahui *tangibles* memiliki skor terendah 6 dan skor tertinggi 15. Dari data tersebut diperoleh nilai rerata (*Mean*) sebesar 10,2564; nilai tengah (*Median*) sebesar 10; Modus (*Mode*) sebesar 9; dan Standar Deviasi (*SD*) sebesar 1,47213; dengan jumlah skor total sebesar 800.

Berdasarkan data di atas dapat dibuat distribusi kecenderungan *tangibles* yang terlebih dahulu dilakukan dengan menghitung harga Mean ideal (*Mi*) dan Standar Deviasi ideal (*SDi*). *Tangibles* jasa diukur dengan 3 pernyataan yaitu mencakup fasilitas yang disediakan dengan skala 1 sampai 5. Dari 3 butir pernyataan yang ada, diperoleh skor tertinggi ideal

$3 \times 5 = 15$ dan skor terendah $3 \times 1 = 3$. Dari data tersebut diperoleh hasil Mean ideal (M_i) = $\frac{1}{2} \times (15+3) = 9$ dan Standar Deviasi ideal (SD_i) = $\frac{1}{6} \times (15-3) = 2$.

Untuk mendapatkan kecenderungan *tangibles* yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk, dilakukan perhitungan kategorisasi dengan menggunakan hasil perhitungan Mean ideal (M_i) dan Standar Deviasi ideal (SD_i) di atas. Ketentuan kategorisasi dibagi menjadi baik, cukup, kurang. Perhitungan kategorisasi tersebut menghasilkan rentang skor dari masing-masing kategorisasi. Hasil kategorisasi *tangibles* disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 38. Hasil Perhitungan Kategorisasi *Tangibles* (yang mencakup fasilitas yang disediakan)

Batas Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase
X $\geq 11,00$	Baik	35	44,9%
7,00 \leq X $< 11,00$	Cukup	42	53,8%
X $< 7,00$	Kurang	1	1,3%
Total		78	100%

Berdasarkan tabel hasil perhitungan kategorisasi di atas, dapat diketahui bahwa *tangibles* pada kategori baik sebanyak 35 orang (44,9%), kategori cukup sebanyak 42 orang (53,8%), kategori kurang sebanyak 1 orang (1,3%).

Dari hasil di atas, dapat disimpulkan bahwa *conformance* yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk Nikkou Ramen adalah termasuk dalam kategori cukup.

2) *Reliability*/keandalan

Dari tabel diatas, dapat diketahui *reliability* memiliki skor terendah 3 dan skor tertinggi 5. Dari data tersebut diperoleh nilai rerata (*Mean*)

sebesar 4,0256; nilai tengah (*Median*) sebesar 4; Modus (*Mode*) sebesar 4; dan Standar Deviasi (*SD*) sebesar 0,80541; dengan jumlah skor total sebesar 314.

Berdasarkan data di atas dapat dibuat distribusi kecenderungan *reliability* yang terlebih dahulu dilakukan dengan menghitung harga Mean ideal (*Mi*) dan Standar Deviasi ideal (*SDi*). *Reliability* jasa diukur dengan 1 pernyataan yaitu mencakup pelayanan yang benar dengan skala 1 sampai 5. Dari 1 butir pernyataan yang ada, diperoleh skor tertinggi ideal $1 \times 5 = 5$ dan skor terendah $1 \times 1 = 1$. Dari data tersebut diperoleh hasil Mean ideal (*Mi*) = $\frac{1}{2} \times (5+1) = 3$ dan Standar Deviasi ideal (*SDi*) = $\frac{1}{6} \times (5-1) = 0,67$.

Untuk mendapatkan kecenderungan *reliability* yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk, dilakukan perhitungan kategorisasi dengan menggunakan hasil perhitungan Mean ideal (*Mi*) dan Standar Deviasi ideal (*SDi*) di atas. Ketentuan kategorisasi dibagi menjadi baik, cukup, kurang. Perhitungan kategorisasi tersebut menghasilkan rentang skor dari masing-masing kategorisasi. Hasil kategorisasi *reliability* disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 39. Hasil Perhitungan Kategorisasi *Reliability* (yang mencakup pelayanan yang benar)

Batas Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase
X ≥ 3,67	Baik	54	69,2%
2,33 ≤ X < 3,67	Cukup	24	30,8%
X < 2,33	Kurang	0	0%
Total		78	100%

Berdasarkan tabel hasil perhitungan kategorisasi di atas, dapat diketahui bahwa *reliability* pada kategori baik sebanyak 54 orang (69,2%),

kategori cukup sebanyak 24 orang (30,8%), kategori kurang sebanyak 0 orang (0%) yang dalam hal ini tidak ditampilkan dalam tabel.

Dari hasil di atas, dapat disimpulkan bahwa *reliability* yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk Nikkou Ramen adalah termasuk dalam kategori baik.

3) *Responsiveness/responsif*

Dari tabel diatas, dapat diketahui *responsiveness* memiliki skor terendah 6 dan skor tertinggi 10. Dari data tersebut diperoleh nilai rerata (*Mean*) sebesar 8,1026; nilai tengah (*Median*) sebesar 8; Modus (*Mode*) sebesar 8; dan Standar Deviasi (*SD*) sebesar 1,27503; dengan jumlah skor total sebesar 632.

Berdasarkan data di atas dapat dibuat distribusi kecenderungan *responsiveness* yang terlebih dahulu dilakukan dengan menghitung harga Mean ideal (*Mi*) dan Standar Deviasi ideal (*SDi*). *Responsiveness* jasa diukur dengan 2 pernyataan yaitu mencakup pelayan yang sigap dan cepat dengan skala 1 sampai 5. Dari 2 butir pernyataan yang ada, diperoleh skor tertinggi ideal $2 \times 5 = 10$ dan skor terendah $2 \times 1 = 2$. Dari data tersebut diperoleh hasil Mean ideal (*Mi*) = $\frac{1}{2} \times (10+2) = 6$ dan Standar Deviasi ideal (*SDi*) = $\frac{1}{6} \times (10-2) = 1,33$.

Untuk mendapatkan kecenderungan *responsiveness* yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk, dilakukan perhitungan kategorisasi dengan menggunakan hasil perhitungan Mean ideal (*Mi*) dan Standar Deviasi ideal (*SDi*) di atas. Ketentuan kategorisasi dibagi menjadi baik, cukup, kurang. Perhitungan kategorisasi tersebut

menghasilkan rentang skor dari masing-masing kategorisasi. Hasil kategorisasi *responsiveness* disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 40. Hasil Perhitungan Kategorisasi *Responsiveness* (yang mencakup pelayan yang sigap dan cepat)

Batas Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase
X \geq 7,33	Baik	51	65.4%
4,67 $<$ X $<$ 7,33	Cukup	27	34.6%
X $<$ 4,67	Kurang	0	0%
Total		78	100%

Berdasarkan tabel hasil perhitungan kategorisasi di atas, dapat diketahui bahwa *responsiveness* pada kategori baik sebanyak 51 orang (65,4%), kategori cukup sebanyak 27 orang (34,6%), kategori kurang sebanyak 0 orang (0%) yang dalam hal ini tidak ditampilkan dalam tabel.

Dari hasil di atas, dapat disimpulkan bahwa *responsiveness* yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk Nikkou Ramen adalah termasuk dalam kategori baik.

4) *Assurance/meyakinkan*

Dari tabel diatas, dapat diketahui *assurance* memiliki skor terendah 6 dan skor tertinggi 9. Dari data tersebut diperoleh nilai rerata (*Mean*) sebesar 7,9615; nilai tengah (*Median*) sebesar 8; Modus (*Mode*) sebesar 9; dan Standar Deviasi (*SD*) sebesar 0,98617; dengan jumlah skor total sebesar 621.

Berdasarkan data di atas dapat dibuat distribusi kecenderungan *assurance* yang terlebih dahulu dilakukan dengan menghitung harga Mean ideal (*Mi*) dan Standar Deviasi ideal (*SDi*). *Assurance* jasa diukur dengan 2 pernyataan yaitu mencakup pengetahuan dan keramahan karyawan dengan skala 1 sampai 5. Dari 2 butir pernyataan yang ada,

diperoleh skor tertinggi ideal $2 \times 5 = 10$ dan skor terendah $2 \times 1 = 2$. Dari data tersebut diperoleh hasil Mean ideal (M_i) = $\frac{1}{2} \times (10+2) = 6$ dan Standar Deviasi ideal (SD_i) = $\frac{1}{6} \times (10-2) = 1,33$.

Untuk mendapatkan kecenderungan *assurance* yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk, dilakukan perhitungan kategorisasi dengan menggunakan hasil perhitungan Mean ideal (M_i) dan Standar Deviasi ideal (SD_i) di atas. Ketentuan kategorisasi dibagi menjadi baik, cukup, kurang. Perhitungan kategorisasi tersebut menghasilkan rentang skor dari masing-masing kategorisasi. Hasil kategorisasi *assurance* disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 41. Hasil Perhitungan Kategorisasi *Assurance* (yang mencakup pengetahuan dan keramahan karyawan)

Batas Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase
X $\geq 7,33$	Baik	47	60,3%
4,67 $\leq X < 7,33$	Cukup	31	39,7%
X $< 4,67$	Kurang	0	0%
Total		78	100%

Berdasarkan tabel hasil perhitungan kategorisasi di atas, dapat diketahui bahwa *assurance* pada kategori baik sebanyak 47 orang (60.3%), kategori cukup sebanyak 31 orang (39,7%), kategori kurang sebanyak 0 orang (0%) yang dalam hal ini tidak ditampilkan dalam tabel.

Dari hasil di atas, dapat disimpulkan bahwa *assurance* yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk Nikkou Ramen adalah termasuk dalam kategori baik.

5) *Empathy*/menaruh perhatian

Dari tabel diatas, dapat diketahui *empathy* memiliki skor terendah 6 dan skor tertinggi 10. Dari data tersebut diperoleh nilai rerata (*Mean*)

sebesar 7,7949; nilai tengah (*Median*) sebesar 8; Modus (*Mode*) sebesar 8; dan Standar Deviasi (*SD*) sebesar 0,91678; dengan jumlah skor total sebesar 608.

Berdasarkan data di atas dapat dibuat distribusi kecenderungan *empathy* yang terlebih dahulu dilakukan dengan menghitung harga Mean ideal (*Mi*) dan Standar Deviasi ideal (*SDi*). *Empathy* jasa diukur dengan 2 pernyataan yang mencakup perhatian individu dan kepahaman karyawan dengan skala 1 sampai 5. Dari 2 butir pernyataan yang ada, diperoleh skor tertinggi ideal $2 \times 5 = 10$ dan skor terendah $2 \times 1 = 2$. Dari data tersebut diperoleh hasil Mean ideal (*Mi*) = $\frac{1}{2} \times (10+2) = 6$ dan Standar Deviasi ideal (*SDi*) = $\frac{1}{6} \times (10-2) = 1,33$.

Untuk mendapatkan kecenderungan *empathy* yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk, dilakukan perhitungan kategorisasi dengan menggunakan hasil perhitungan Mean ideal (*Mi*) dan Standar Deviasi ideal (*SDi*) di atas. Ketentuan kategorisasi dibagi menjadi baik, cukup, kurang. Perhitungan kategorisasi tersebut menghasilkan rentang skor dari masing-masing kategorisasi. Hasil kategorisasi *empathy* disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 42. Hasil Perhitungan Kategorisasi *Empathy* (yang mencakup perhatian individu dan kepahaman karyawan)

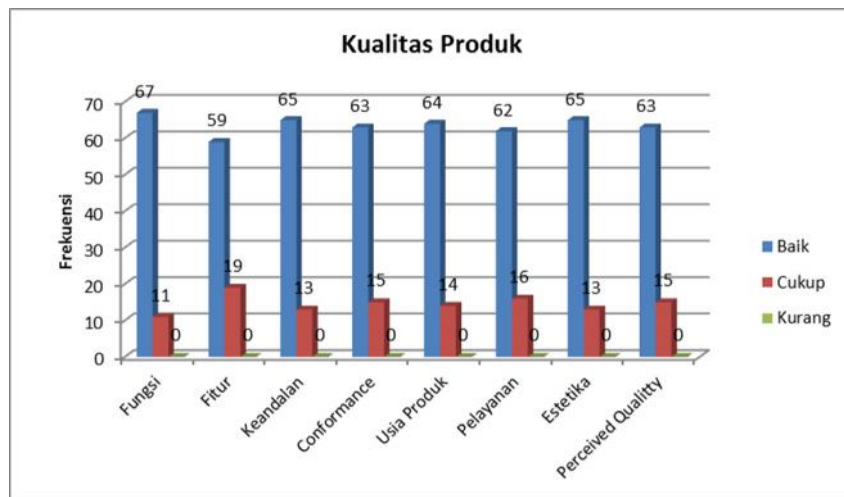
Batas Skor	Kategori	Frekuensi	Persentase
$X \geq 7,33$	Baik	49	62,8%
$4,67 \leq X < 7,33$	Cukup	29	37,2%
$X < 4,67$	Kurang	0	0%
Total		78	100%

Berdasarkan tabel hasil perhitungan kategorisasi di atas, dapat diketahui bahwa *empathy* pada kategori baik sebanyak 49 orang (62,8%),

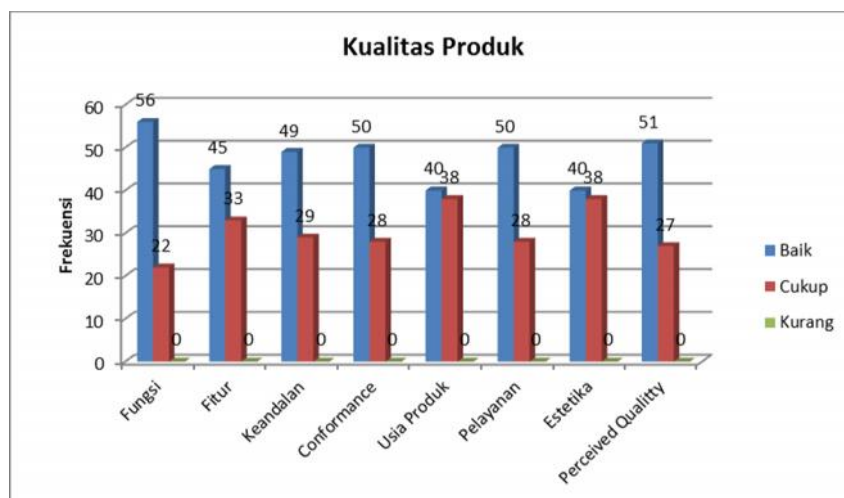
kategori cukup sebanyak 29 orang (37,2%), kategori kurang sebanyak 0 orang (0%) yang dalam hal ini tidak ditampilkan dalam tabel.

Dari hasil di atas, dapat disimpulkan bahwa *empathy* yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk Nikkou Ramen adalah termasuk dalam kategori baik.

Jika disajikan dalam *ranking*, hasil perhitungan antara kedua kualitas yaitu produk dan jasa berdasarkan masing-masing dimensi adalah sebagai berikut :

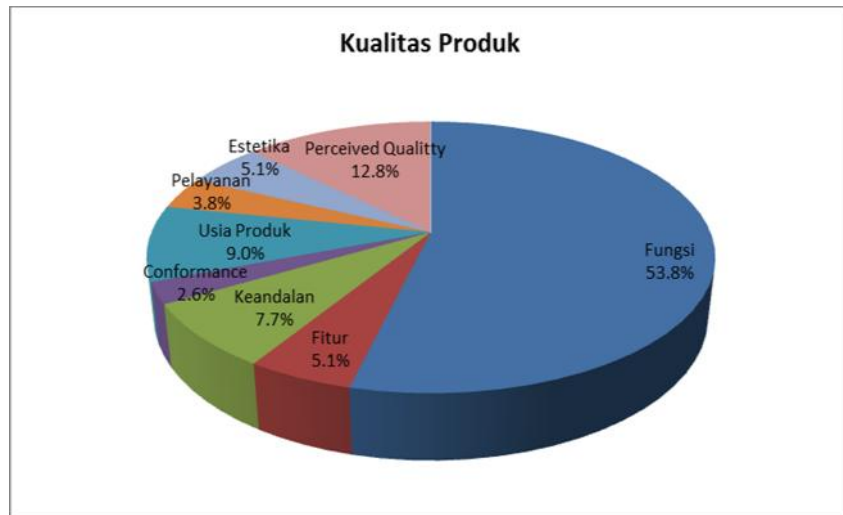


Gambar 3. Ranging Kualitas Produk (Harapan)

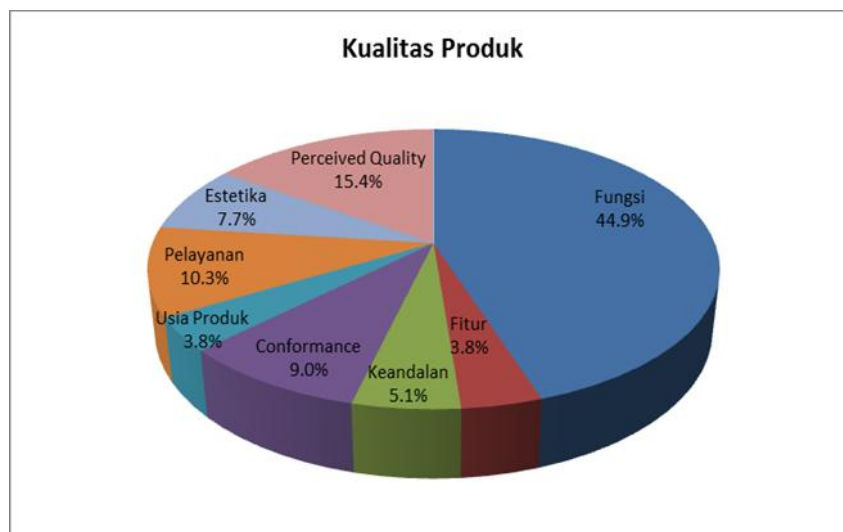


Gambar 4. Ranging Kualitas Produk (Kenyataan)

Jika rangking diatas disajikan dalam bentuk persentase dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 5. Persentase Kualitas Produk (Harapan)

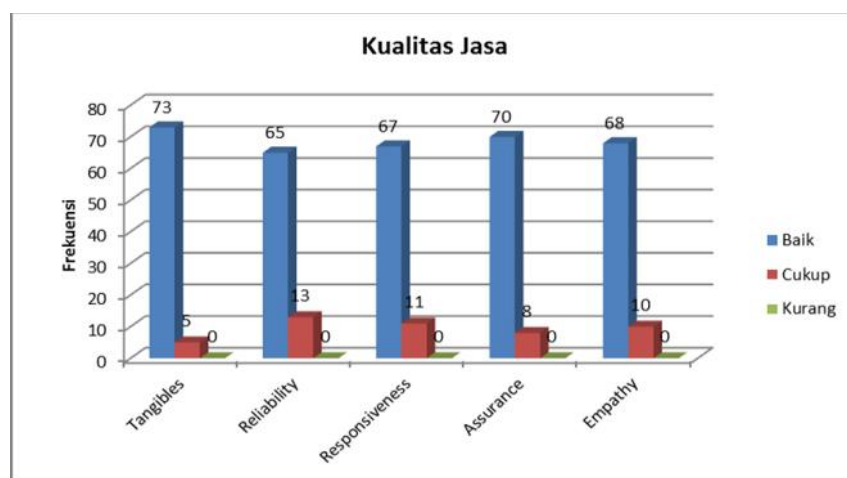


Gambar 6. Persentase Kualitas Produk (kenyataan)

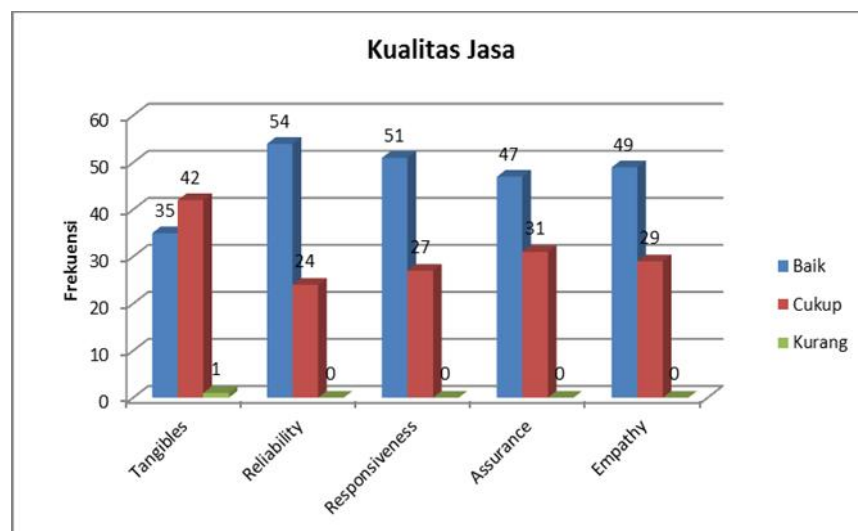
Dari diagram diatas diperoleh presentase kualitas produk harapan dan kenyataan yaitu sebagai berikut:

Tabel 43. Persentase Kualitas Produk Harapan dan Kenyataan

No.	Kualitas Produk	Harapan (%)	Kenyataan (%)
1.	Fungsi	53,8	44,9
2.	Fitur	5,1	3,8
3.	Keandalan	7,7	5,1
4.	<i>Conformance</i>	2,6	9
5.	Usia Produk	9	7,8
6.	Pelayanan	3,8	10,3
7.	Estetika	5,1	7,7
8.	<i>Perceived Quality</i>	12,8	15,4

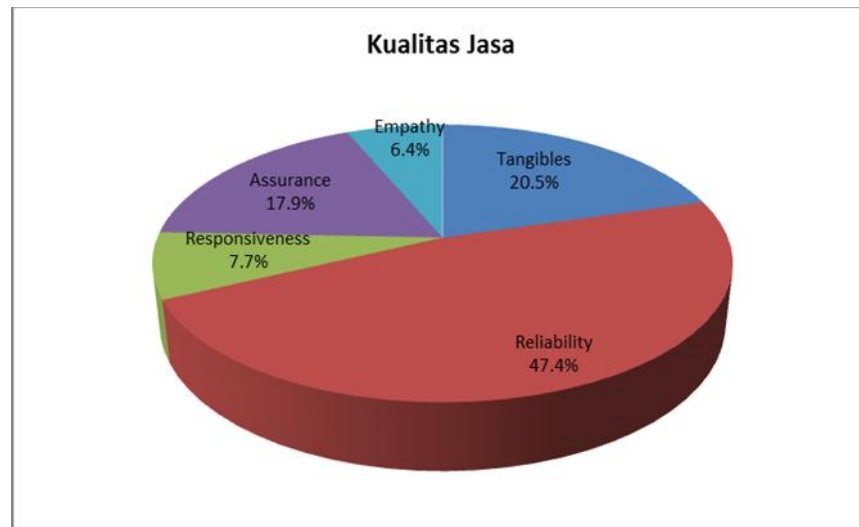


Gambar 7. Rangking Kualitas Jasa (Harapan)

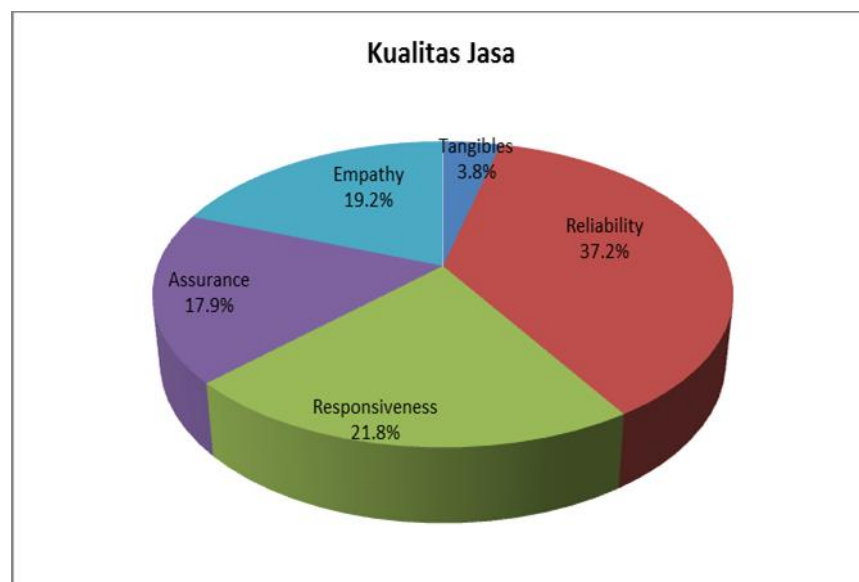


Gambar 8. Rangking Kualitas Jasa (Kenyataan)

Jika rangking diatas disajikan dalam bentuk persentase dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 9. Persentase Kualitas Jasa (Harapan)



Gambar 10. Persentase Kualitas Jasa (Kenyataan)

Dari diagram diatas diperoleh presentase kualitas jasa harapan dan kenyataan yaitu sebagai berikut:

Tabel 44. Persentase Kualitas Jasa Harapan dan Kenyataan

No.	Kualitas Jasa	Harapan (%)	Kenyataan (%)
1.	<i>Tangibles</i>	20,5	3,8
2.	<i>Reliability</i>	47,4	37,2
3.	<i>Responsiveness</i>	7,7	21,8
4.	<i>Assurance</i>	17,9	17,9
5.	<i>Empathy</i>	6,4	19,2

B. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan mengambil lokasi penelitian di Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Objek yang dipilih untuk diteliti adalah konsumen yang datang ke Nikkou Ramen. Banyak konsumen yang datang untuk menikmati sajian makanan di Nikkou Ramen.

Penelitian ini membahas faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk Nikkou Ramen Yogyakarta. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa semua faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen berperan positif terhadap variabel produk Nikkou Ramen Yogyakarta. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil uji reabilitas yang menunjukkan bahwa semua nilai cornbach's alpha / koefisien alpha dari masing-masing faktor, lebih besar dari 0,6, sehingga semua faktor dikatakan reliabel. Besarnya cornbach's alpha / koefisien alpha dapat dilihat di tabel 6 pada bab III tentang hasil uji reliabilitas instrumen penelitian.

Menurut Kotler (2002:42) mengemukakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja/hasil sesuatu produk dan harapan-harapannya. Jika tingkat kepuasan adalah dari perbandingan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Menurut Fandi Tjiptono (2001:4) ada tiga kriteria penilaian yang dirasakan oleh konsumen dalam melakukan pembelian yaitu:

- a. Jika kinerja tidak sesuai dari harapan, maka konsumen akan tidak puas.
- b. Jika kinerja sesuai dengan harapan, maka konsumen akan merasa puas.
- c. Jika kinerja melebihi dari harapan, maka konsumen akan merasa sangat puas.

Dari hasil penelitian diketahui kualitas produk pada tingkat harapan konsumen untuk variabel fungsi memiliki nilai persentase sebesar 53,8% dan tingkat kenyataan memiliki nilai persentase sebesar 44,9%, sehingga dapat diketahui nilai kenyataan lebih kecil dibandingkan dengan nilai harapan. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen merasa tidak puas. Ada kemungkinan penyebab konsumen tidak puas karena porsi makanan yang disajikan dianggap kurang sesuai dengan dengan harapan konsumen.

Untuk variabel fitur tingkat harapan konsumen memiliki nilai persentase sebesar 5,1% dan tingkat kenyataan memiliki nilai persentase sebesar 3,8%, sehingga dapat diketahui nilai kenyataan lebih kecil dibandingkan dengan nilai harapan. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen merasa tidak puas. Ada kemungkinan penyebab konsumen tidak puas karena tampilan makanan yang kurang menarik dan variasi makanan yang belum banyak macamnya yang diinginkan oleh konsumen.

Untuk variabel keandalan tingkat harapan konsumen memiliki nilai persentase sebesar 7,7% dan tingkat kenyataan memiliki nilai persentase sebesar 5,1%, sehingga dapat diketahui nilai kenyataan lebih kecil dibandingkan dengan nilai harapan. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen merasa tidak puas. Ada kemungkinan penyebab konsumen tidak puas karena konsumen menganggap bahan makanan yang digunakan kurang segar.

Untuk variabel *conformance* tingkat harapan konsumen memiliki nilai persentase sebesar 2,6% dan tingkat kenyataan memiliki nilai persentase sebesar 9%, sehingga dapat diketahui nilai kenyataan lebih besar dibandingkan dengan nilai harapan. Hal tersebut menunjukkan bahwa

konsumen merasa sangat puas. Konsumen sudah merasa puas pada standar mutu makanan yang sudah baik dan kesesuaian cita rasa yang cocok dengan konsumen.

Untuk variabel usia produk tingkat harapan konsumen memiliki nilai persentase sebesar 9% dan tingkat kenyataan memiliki nilai persentase sebesar 3,8%, sehingga dapat diketahui nilai kenyataan lebih kecil dibandingkan dengan nilai harapan.. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen merasa tidak puas. Ada kemungkinan penyebab konsumen tidak puas karena ketahanan makan yaitu makanan yang mudah basi dan mie yang disajikan agak lembek.

Untuk variabel pelayanan tingkat harapan konsumen memiliki nilai persentase sebesar 3,8% dan tingkat kenyataan memiliki nilai persentase sebesar 10,3%, sehingga dapat diketahui nilai kenyataan lebih besar dibandingkan dengan nilai harapan. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen merasa sangat puas. Konsumen sudah merasa puas pada kecepatan layanan yang cepat saat menyajikan makanan dan kemudahan layanan sehingga memudahkan para konsumen.

Untuk variabel estetika tingkat harapan konsumen memiliki nilai persentase sebesar 5,1% dan tingkat kenyataan memiliki nilai persentase sebesar 7,7%, sehingga dapat diketahui nilai kenyataan lebih besar dibandingkan dengan nilai harapan. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen merasa sangat puas. Konsumen sudah merasa puas pada keunikan makanan yang disajikan dan keindahan makanan yang menarik.

Untuk variabel *perceived quality* tingkat harapan konsumen memiliki nilai persentase sebesar 12,8% dan tingkat kenyataan memiliki nilai

persentase sebesar 15,4%, sehingga dapat diketahui nilai kenyataan lebih besar dibandingkan dengan nilai harapan. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen merasa sangat puas. Konsumen sudah merasa puas pada makanan yang berkualitas.

Dari kualitas jasa pada tingkat harapan konsumen untuk variabel *tangibles* memiliki nilai persentase sebesar 20,5% dan tingkat kenyataan memiliki nilai persentase sebesar 3,8%, sehingga dapat diketahui nilai kenyataan lebih kecil dibandingkan dengan nilai harapan. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen merasa tidak puas. Ada kemungkinan penyebab konsumen tidak puas karena fasilitas yang disediakan belum cukup bagi konsumen, ketersediaannya lahan parkir yang masih kurang luas, dan ruangan yang kurang nyaman.

Untuk variabel *reliability* tingkat harapan konsumen memiliki nilai persentase sebesar 47,4% dan tingkat kenyataan memiliki nilai persentase sebesar 37,2%, sehingga dapat diketahui nilai kenyataan lebih kecil dibandingkan dengan nilai harapan. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen merasa tidak puas. Ada kemungkinan penyebab konsumen tidak puas karena pelayanan yang belum benar dengan karyawan melayani belum sesuai dengan pesanan.

Untuk variabel *responsiveness* tingkat harapan konsumen memiliki nilai persentase sebesar 7,7% dan tingkat kenyataan memiliki nilai persentase sebesar 21,8%, sehingga dapat diketahui nilai kenyataan lebih besar dibandingkan dengan nilai harapan. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen merasa sangat puas. Konsumen sudah merasa puas pada pelayanan yang sigap dan pelayanan yang cepat.

Untuk variabel *assurance* tingkat harapan konsumen memiliki nilai persentase sebesar 17,9% dan tingkat kenyataan memiliki nilai persentase sebesar 17,9%, sehingga dapat diketahui nilai kenyataan sama besar dibandingkan dengan nilai harapan. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen merasa puas. Konsumen sudah merasa puas pada pengetahuan karyawan, sehingga karyawan dapat menyampaikan informasi yang benar dan karyawan yang berperilaku ramah (sopan).

Untuk variabel *empathy* tingkat harapan konsumen memiliki nilai persentase sebesar 6,4% dan tingkat kenyataan memiliki nilai persentase sebesar 19,2%, sehingga dapat diketahui nilai kenyataan lebih besar dibandingkan dengan nilai harapan. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen merasa sangat puas. Konsumen merasa puas pada karyawan yang memiliki perhatian kepada setiap konsumen dan tidak membedakan konsumen.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian melalui analisis data dan pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Faktor yang mempengaruhi pada tingkat kepuasan konsumen terhadap produk Nikkou Ramen Yogyakarta adalah dari faktor kualitas produk terdiri dari *conformance*, pelayanan, estetika, *perceived quality* dan dari faktor kualitas jasa terdiri dari *responsiveness*, *assurance*, *empathy*.
2. Faktor yang paling dominan terhadap kepuasan konsumen di Nikkou Ramen adalah dari kualitas jasa yaitu *responsiveness*.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian tentang tingkat kepuasan konsumen terhadap produk Nikkou Ramen Yogyakarta

1. Teknik pengumpulan data penelitian terbatas dalam bentuk kuesioner dengan validasi instrumen berupa *expert judgement* sehingga kejujuran responden adalah kunci pokok yang dapat menunjukkan keadaan sebenarnya.
2. Penelitian bukan tergolong penelitian berkesinambungan dan hanya terbatas pada waktu penelitian yang relatif singkat, sehingga dimungkinkan data kurang obyektif.

C. Saran

Saran-saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian dan simpulan diatas adalah sebagai berikut:

1. Pihak manajemen Nikkou Ramen harus dapat mempertahankan kinerja pada disemua dimensi kualitas produk dan kualitas jasa yang selama ini telah dinilai baik oleh konsumen, akan tetapi *tangibles* mendapatkan persentase terendah, sehingga manajemen dapat memperbaikinya agar persentase kepuasan dapat mencapai atau mendekati nilai 100%.
2. Bagi konsumen Nikkou Ramen untuk memberikan keluhan dan saran, sehingga pihak manajemen mengetahui apa yang diinginkan oleh konsumen dapat diperbaiki dan dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardjuno Wiwoho, (2008). *Pengetahuan Tata Hidang*. PT. Erlangga
- Arisca Chleir.(2009). The Great Place For Ramen Lovers. Diakses dari <http://kotajogja.com.html>. Pada tanggal 15 Februari 2014. Jam 09.55 WIB.
- Basu Swatha & Irawan. (2008). *Menejemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty Yogyakarta
- Djemari Mardapi, (2008). *Teknik Penyusunan Instrumen Tes Dan Nintes*. Yogyakarta : Mitra Cendekia Press
- Endang Mulyatiningsih, (2011). *Riset Terapan Bidang Pendidikan & Teknik*. Yogyakarta : UNY Press
- Fandi Tjiptono. (1996). *Manajemen Jasa Edisi I*. Yogyakarta : Andi Offset
- Fandi Tjiptono. (2001). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Andi Offset
- Handi Irawan, (2002). *10 Prinsip Kepuasan Konsumen*. Jakarta : PT. Gramedia
- Hesel Nogi, (2007). *Manajemen Publik*. Jakarta : PT. Gramedia Widiasarana Indonesia
- Husein Umar, (2000). *Riset Pemansaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Lia Dwi Nuarani. (2011). Analisis Kualitas Pelayanan di *Mini Market Budget Family Store* Sleman Yogyakarta. Laporan Penelitian, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Marsum WA. (2005). *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Yogyakarta : Andi Offset
- Philip Kotler, (1997). *Manajemen Pemasaran*. New Jersey: A Simon & Schuster Company
- Rambat Lupiyoadi, (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*. Jakarta : PT. Salemba Emban Patria
- Sugiyono. (2009). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. (2012). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta
- Suharsimi Arikunto, (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta
- Supranto. (2001). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Untuk Pangsa Pasar*. Jakarta : Rineka Cipta
- Zainul Akbar, (2013). *Perkembangan Ekonomi Indonesia*. Diakses dari <http://whatindonesianews.com> pada tanggal 24 Maret 2014, Jam 13:30 WIB.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

ANGKET PENELITIAN

KONSUMEN RESTORAN NIKKOU RAMEN

I. KONSUMEN

Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan

Pekerjaan: ☐ Mahasiswa ☐

Daerah tempat tinggal: KM

Frekuensi kedatangan: ☐ 1-3 kali / bulan ☐ 3-5 kali / bulan ☐ Lebih dari 5 kali

Umur : ☐ 15 – 20 tahun ☐ 21- 25 tahun ☐ 26 – 30 tahun ☐ tahun

II. PETUNJUK PENGISIAN

Dibawah ini terdapat beberapa pernyataan yang menyangkut Nikkou Ramen. Berilah tanda (X) pada pernyataan yang paling mewakili jawaban Anda pada kolom yang telah tersedia.

III. KRITERIA

SP : Sangat Puas
P : Puas
CP : Cukup Puas
TP : Tidak Puas
STP : Sangat Tidak Puas

NO	PERNYATAAN	PENILAIAN				
		STP	TP	CP	P	SP
	PRODUK NIKKOU RAMEN					
1	Enak					
2	Porsi sesuai					
3	Tampilan makanan menarik					
4	Menu bervariasi					
5	Higienis					
6	Disajikan baru dan segar					
7	Sesuai dengan menu					
8	Cita rasa cocok					
9	Tidak mudah basi					
10	Bentuk tidak berubah atau rusak (mie:tidak mudah lembek sushi:tidak lepas dari nori)					
11	Cepat disajikan					
12	Mudah disajikan					
13	Unik penyajiannya					
14	Menarik penyajiannya					
15	Berkualitas					
	JASA NIKKOU RAMEN					
16	Fasilitas cukup					
17	Tempat parkir cukup					
18	Ruangan nyaman					
19	Melayani sesuai dengan pesanan					
20	Karyawan sigap					
21	Karyawan cepat					

22	Karyawan terampil					
23	Karyawan ramah dan sopan					
24	Karyawan perhatian					
25	Karyawan tidak membedakan konsumen					

Lampiran 2. Data Uji Coba Penelitian

Data Harapan

NO	Kualitas Produk															Jumlah	Kualitas Jasa										Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15		16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	
1	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	66	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	45
2	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	65	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	44
3	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	64	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	46
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
5	5	4	4	5	5	4	4	4	2	4	4	4	4	4	5	62	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	42
6	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	69	4	4	4	5	5	4	4	5	3	5	43
7	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	3	3	5	66	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
8	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	71	5	4	5	5	5	5	4	5	3	5	46
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	72	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	71	4	4	3	3	4	5	5	5	4	5	42
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
15	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
16	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	70	5	4	3	3	5	5	5	5	5	5	45
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
18	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	74	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
20	3	5	4	4	5	5	5	5	4	3	5	5	4	4	3	64	5	4	5	5	3	3	3	3	3	5	39
21	3	5	4	4	5	5	5	5	4	3	5	5	4	4	3	64	5	4	5	5	3	3	3	3	3	5	39
22	4	3	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	65	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
24	5	4	5	3	5	5	4	5	4	4	4	3	3	4	5	63	3	5	4	5	4	5	5	5	5	5	46
25	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50

[illegible]

Data kenyataan

NO	Kualitas Produk															Jumlah	Kualitas Jasa										Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15		16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	
1	4	5	4	4	5	5	5	4	3	5	4	4	4	4	4	64	4	4	4	5	4	4	4	4	3	5	41
2	4	5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	3	4	60	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	42
3	4	4	3	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4	4	4	60	4	3	5	5	4	4	4	4	3	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	58	3	3	2	4	4	2	2	4	3	3	30
5	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	48	3	3	3	3	3	3	3	4	3	5	33
6	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	3	65	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	37
7	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	56	4	3	3	5	4	5	4	4	3	4	39
8	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	48	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	32
9	4	5	4	4	4	4	5	4	3	5	5	4	4	5	4	64	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
10	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	65	4	3	4	5	5	5	5	4	4	4	43
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	64	3	3	3	5	5	5	4	4	4	4	40
12	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	68	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	46
13	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	37
14	4	5	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	56	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	32
15	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	58	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	37
16	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	70	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	46
17	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
18	5	5	3	3	3	4	5	5	4	5	5	4	4	3	3	61	4	3	3	5	5	3	5	5	5	5	43
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
20	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	59	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	40
21	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	59	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	40
22	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	55	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	35
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
24	4	5	4	3	4	4	5	4	5	4	5	4	3	4	3	61	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	36
25	2	3	3	4	4	2	4	3	3	4	4	3	3	3	3	48	3	3	3	5	5	5	4	4	4	4	40
26	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	59	2	3	3	4	4	4	4	5	4	5	38

27	5	4	3	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4	4	59	4	3	5	5	5	4	4	5	5	5	45
28	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	67	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	46
29	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	59	4	2	3	4	4	4	4	3	3	5	36
30	3	3	3	2	3	3	4	3	3	2	5	3	3	3	3	46	3	2	2	5	5	5	5	3	3	4	37

HASIL UJI VALIDITAS KUALITAS PRODUK (HARAPAN)

Correlations

Correlations

Kualitas Produk

	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	N
Item1	,501**	,005	30
Item2	,663**	,000	30
Item3	,817**	,000	30
Item4	,708**	,000	30
Item5	,706**	,000	30
Item6	,783**	,000	30
Item7	,808**	,000	30
Item8	,816**	,000	30
Item9	,779**	,000	30
Item10	,727**	,000	30
Item11	,789**	,000	30
Item12	,723**	,000	30
Item13	,673**	,000	30
Item14	,716**	,000	30
Item15	,625**	,000	30
Kualitas Produk	1		30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Keterangan:

Item pertanyaan dinyatakan valid jika mempunyai nilai r hitung (*pearson correlation*) $> r$ tabel (0,361). Dari hasil uji validitas terlihat bahwa semua item pertanyaan mempunyai nilai r hitung (*pearson correlation*) $> 0,361$ sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan pada variabel kualitas produk valid.

HASIL UJI RELIABILITAS KUALITAS PRODUK (HARAPAN)

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,932	15

Instrumen dinyatakan reliabel jika nilai *Alpha Cronbach* > 0,60. Hasil diatas menunjukkan bahwa nilai *Alpha Cronbach* yang diperoleh sebesar 0,932 sehingga dapat dikatakan bahwa instrumen pada variabel kualitas produk reliabel.

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item1	61,4000	39,903	,425	,934
Item2	61,5333	38,671	,605	,929
Item3	61,5000	37,914	,785	,924
Item4	61,4000	38,179	,656	,928
Item5	61,2333	38,875	,661	,928
Item6	61,2333	38,323	,747	,926
Item7	61,5000	37,983	,775	,925
Item8	61,4000	37,834	,784	,924
Item9	61,6000	36,938	,732	,926
Item10	61,6000	37,421	,671	,928
Item11	61,5000	38,121	,754	,925
Item12	61,6667	38,092	,672	,927
Item13	61,8000	38,234	,612	,929
Item14	61,7000	38,769	,672	,927
Item15	61,5333	38,257	,552	,931

HASIL UJI VALIDITAS KUALITAS JASA (HARAPAN)

Correlations

Correlations

Kualitas Jasa

	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	N
Item16	,524**	,003	30
Item17	,712**	,000	30
Item18	,539**	,002	30
Item19	,566**	,001	30
Item20	,831**	,000	30
Item21	,762**	,000	30
Item22	,817**	,000	30
Item23	,767**	,000	30
Item24	,687**	,000	30
Item25	,590**	,001	30
Kualitas Jasa	1		30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Keterangan:

Item pertanyaan dinyatakan valid jika mempunyai nilai r hitung (*pearson correlation*) $> r$ tabel (0,361). Dari hasil uji validitas terlihat bahwa semua item pertanyaan mempunyai nilai r hitung (*pearson correlation*) $> 0,361$ sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan pada variabel kualitas jasa valid.

HASIL UJI RELIABILITAS KUALITAS JASA (HARAPAN)

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,870	10

Instrumen dinyatakan reliabel jika nilai *Alpha Cronbach* > 0,60. Hasil diatas menunjukkan bahwa nilai *Alpha Cronbach* yang diperoleh sebesar 0,870 sehingga dapat dikatakan bahwa instrumen pada variabel kualitas jasa reliabel.

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item16	40,0333	14,447	,412	,870
Item17	40,0333	13,895	,642	,854
Item18	39,9667	14,171	,415	,871
Item19	39,9667	14,033	,446	,869
Item20	40,0000	12,690	,773	,842
Item21	40,0333	13,068	,685	,849
Item22	40,0667	12,823	,756	,843
Item23	39,8333	13,040	,691	,849
Item24	40,2000	13,200	,582	,858
Item25	39,7667	14,461	,504	,864

HASIL UJI VALIDITAS KUALITAS PRODUK

Correlations

Correlations

Kualitas Produk

	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	N
Item1	,559**	,001	30
Item2	,573**	,001	30
Item3	,535**	,002	30
Item4	,654**	,000	30
Item5	,533**	,002	30
Item6	,697**	,000	30
Item7	,601**	,000	30
Item8	,678**	,000	30
Item9	,599**	,000	30
Item10	,567**	,001	30
Item11	,535**	,002	30
Item12	,739**	,000	30
Item13	,749**	,000	30
Item14	,707**	,000	30
Item15	,565**	,001	30
Kualitas Produk	1		30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Keterangan:

Item pertanyaan dinyatakan valid jika mempunyai nilai r hitung (*pearson correlation*) $> r$ tabel (0,361). Dari hasil uji validitas terlihat bahwa semua item pertanyaan mempunyai nilai r hitung (*pearson correlation*) $> 0,361$ sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan pada variabel kualitas produk valid.

HASIL UJI RELIABILITAS KUALITAS PRODUK

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,882	15

Instrumen dinyatakan reliabel jika nilai *Alpha Cronbach* > 0,60. Hasil diatas menunjukkan bahwa nilai *Alpha Cronbach* yang diperoleh sebesar 0,882 sehingga dapat dikatakan bahwa instrumen pada variabel kualitas produk reliabel.

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item1	55,1000	30,231	,470	,878
Item2	54,9333	29,926	,480	,878
Item3	55,3333	30,920	,457	,878
Item4	55,3000	29,528	,579	,873
Item5	55,2667	31,513	,470	,878
Item6	55,1333	30,051	,643	,871
Item7	55,0000	30,828	,538	,875
Item8	55,1667	29,592	,611	,872
Item9	55,4333	29,909	,515	,876
Item10	55,3333	29,885	,470	,879
Item11	54,9333	30,754	,452	,879
Item12	55,3000	29,666	,689	,869
Item13	55,4333	29,082	,694	,868
Item14	55,4000	29,490	,647	,870
Item15	55,2667	30,340	,481	,878

HASIL UJI VALIDITAS KUALITAS JASA

Correlations

Correlations

Kualitas Jasa			
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	N
Item16	,522**	,003	30
Item17	,538**	,002	30
Item18	,553**	,002	30
Item19	,677**	,000	30
Item20	,736**	,000	30
Item21	,705**	,000	30
Item22	,814**	,000	30
Item23	,669**	,000	30
Item24	,760**	,000	30
Item25	,603**	,000	30
Kualitas Jasa	1		30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Keterangan:

Item pertanyaan dinyatakan valid jika mempunyai nilai r hitung (*pearson correlation*) $> r$ tabel (0,361). Dari hasil uji validitas terlihat bahwa semua item pertanyaan mempunyai nilai r hitung (*pearson correlation*) $> 0,361$ sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan pada variabel kualitas jasa valid.

HASIL UJI RELIABILITAS KUALITAS JASA

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,855	10

Instrumen dinyatakan reliabel jika nilai *Alpha Cronbach* > 0,60. Hasil diatas menunjukkan bahwa nilai *Alpha Cronbach* yang diperoleh sebesar 0,855 sehingga dapat dikatakan bahwa instrumen pada variabel kualitas jasa reliabel.

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item16	35,7667	16,668	,417	,852
Item17	35,9667	16,585	,436	,851
Item18	35,7000	15,941	,419	,855
Item19	34,8000	15,407	,578	,840
Item20	34,9333	15,237	,656	,833
Item21	35,1000	14,645	,591	,840
Item22	35,1667	14,351	,745	,824
Item23	35,0667	15,926	,586	,840
Item24	35,3667	14,792	,678	,830
Item25	34,9333	16,202	,507	,846

Lampiran 3. Data Penelitian

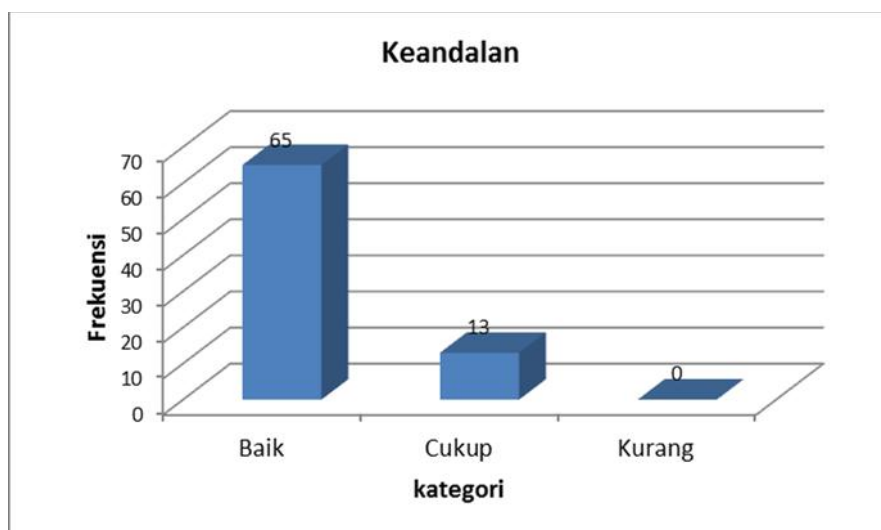
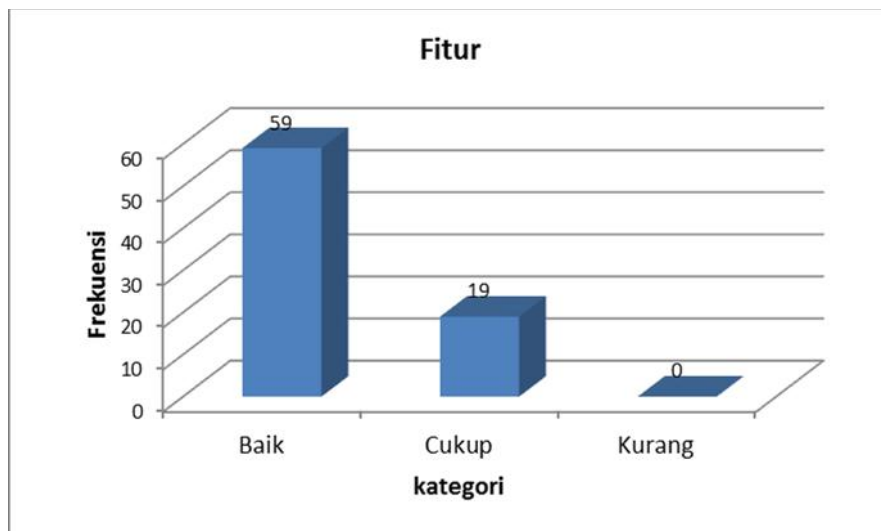
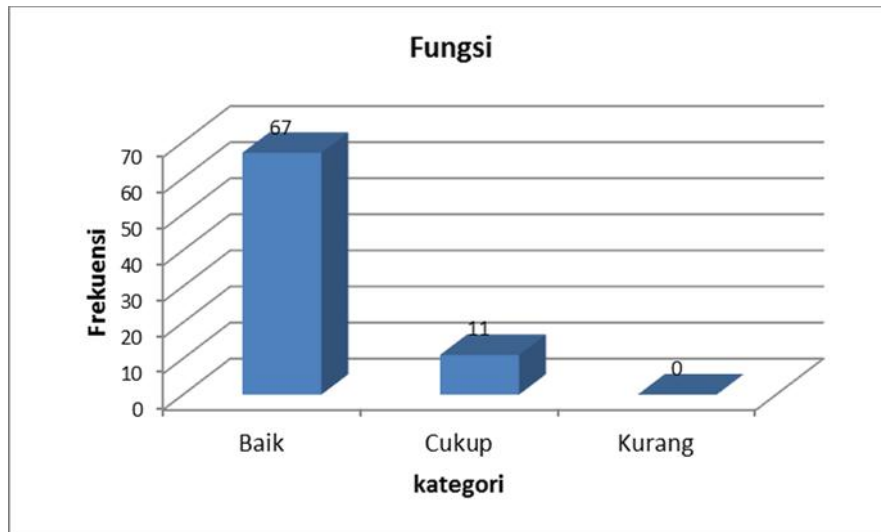
DATA PENELITIAN (HARAPAN)

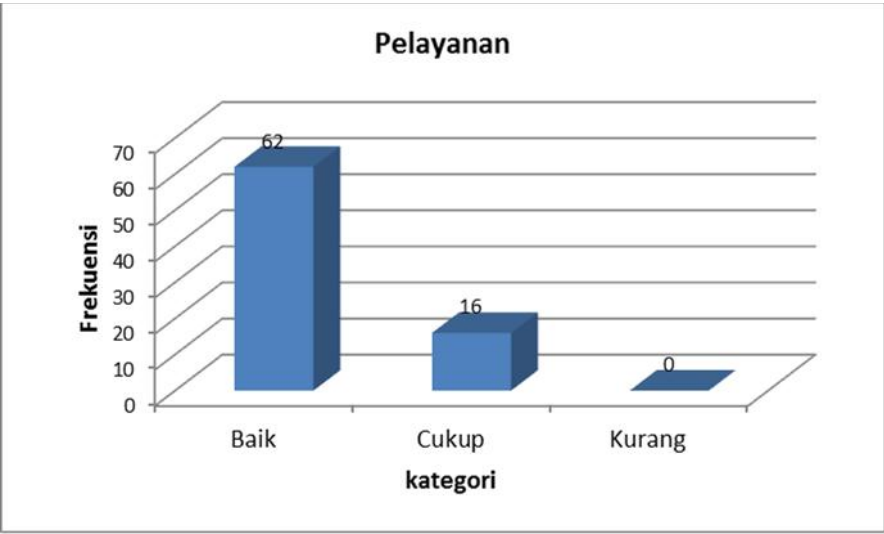
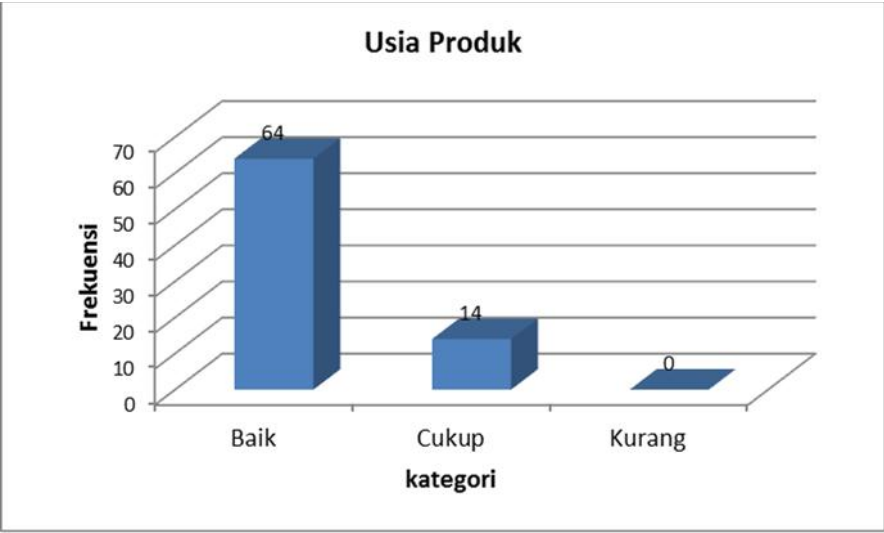
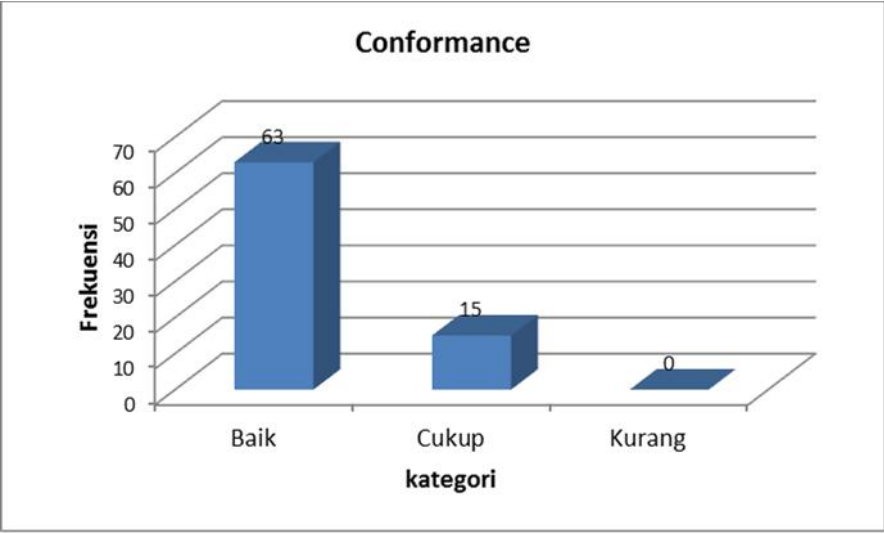
No	Kualitas Produk																																							
	Fungsi					Fitur					Keandalan					Conformance					Usia Produk					Pelayanan					Estetika					Perceived Quality				
	1	2	Total	%	Kategori	3	4	Total	%	Kategori	5	6	Total	%	Kategori	7	8	Total	%	Kategori	9	10	Total	%	Kategori	11	12	Total	%	Kategori	13	14	Total	%	Kategori	15	%	Kategori		
1	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	3	4	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup	5	3	8	80.0%	Baik	5	100.0%	Baik		
2	5	4	9	90.0%	Baik	5	3	8	80.0%	Baik	3	5	8	80.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	4	4	8	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	3	60.0%	Cukup		
3	4	5	9	90.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup	5	5	10	100.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	80.0%	Baik		
4	4	5	9	90.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	80.0%	Baik		
5	5	5	10	100.0%	Baik	5	3	8	80.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup	4	5	9	90.0%	Baik	3	4	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	3	5	8	80.0%	Baik	3	60.0%	Cukup		
6	5	4	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	5	3	8	80.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	5	100.0%	Baik		
7	5	4	9	90.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	80.0%	Baik		
8	5	4	9	90.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	80.0%	Baik		
9	4	4	8	80.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	5	100.0%	Baik		
10	5	5	10	100.0%	Baik	5	3	8	80.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	80.0%	Baik		
11	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	3	8	80.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	80.0%	Baik		
12	5	4	9	90.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	80.0%	Baik		
13	5	5	10	100.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	80.0%	Baik		
14	5	3	8	80.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	5	3	8	80.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	80.0%	Baik		
15	5	4	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	4	80.0%	Baik		
16	5	5	10	100.0%	Baik	5	3	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	80.0%	Baik		
17	4	4	8	80.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	80.0%	Baik		
18	5	5	10	100.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	3	3	6	60.0%	Cukup	5	3	8	80.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	80.0%	Baik		
19	4	5	9	90.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	80.0%	Baik		
20	5	5	10	100.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	80.0%	Baik		
21	4	5	9	90.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	80.0%	Baik		
22	5	4	9	90.0%	Baik	5	3	8	80.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	5	3	8	80.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	80.0%	Baik		
23	5	5	10	100.0%	Baik	3	3	6	60.0%	Cukup	3	3	6	60.0%	Cukup	5	4	9	90.0%	Baik	3	4	7	70.0%	Cukup	5	4	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	80.0%	Baik		
24	5	4	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	3	4	7	70.0%	Cukup	3	3	6	60.0%	Cukup	5	4	9	90.0%	Baik	3	60.0%	Cukup		
25	5	3	8	80.0%	Baik	5	3	8	80.0%	Baik	3	5	8	80.0%	Baik	5	3	8	80.0%	Baik	5	3	8	80.0%	Baik	3	5	8	80.0%	Baik	3	5	8	80.0%	Baik	5	100.0%	Baik		
26	5	5	10	100.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	4	80.0%	Baik		
27	5	5	10	100.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik
28	4	5	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	80.0%	Baik		
29	5	5	10	100.0%	Baik	5	3	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	80.0%	Baik		
30	5	5	10	100.0%	Baik	5	3	8	80.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	3	8	80.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	3	5	8	80.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	80.0%	Baik		
31	3	4	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	5	4	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	5	3	8	80.0%	Baik	4	80.0%	Baik		
32	5	5	10	100.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	80.0%	Baik		
33	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	5	100.0%	Baik		
34	4	5	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	80.0%	Baik		
35	5	4	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	100.0%	Baik		
36	5	5	10	100.0%	Baik	5	3	8	80.0%	Baik	3	3	6	60.0%	Cukup	5	3	8	80.0%	Baik	3	5	8	80.0%	Baik	3	3	6	60.0%	Cukup	3	3	6	60.0%	Cukup	3	60.0%	Cukup		
37	5	5	10	100.0%	Baik	3	5	8	80.0%	Baik	3	5	8	80.0%	Baik	3	5	8	80.0%	Baik	3	5	8	80.0%	Baik	3	5	8	80.0%	Baik	5	3	8	80.0%	Baik	4	80.0%	Baik		
38	5	5	10	100.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	3	8	80.0%	Baik	5	3	8	80.0%	Baik	3	3	6	60.0%	Cukup	3	60.0%	Cukup		
39	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	80.0%	Baik		
40	5	5	10	100.0%	Baik	5	3	8	80.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	80.0%	Baik		

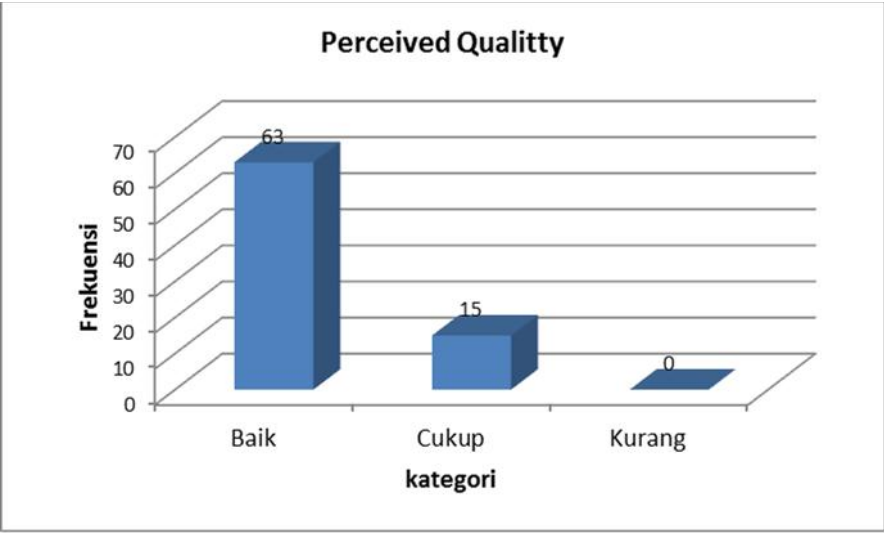
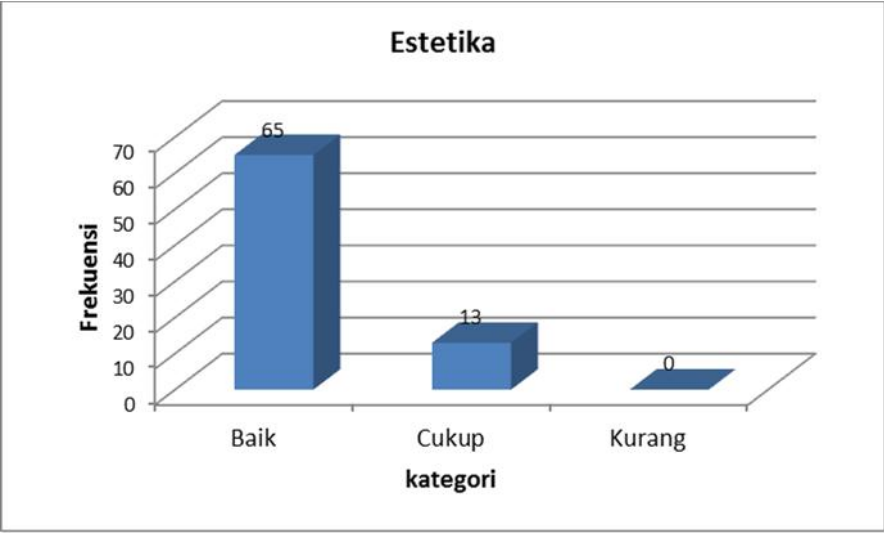
No	Kualitas Produk																																					
	Fungsi					Fitur					Keandalan					Conformance					Usia Produk					Pelayanan					Estetika					Perceived Quality		
	1	2	Total	%	Kategori	3	4	Total	%	Kategori	5	6	Total	%	Kategori	7	8	Total	%	Kategori	9	10	Total	%	Kategori	11	12	Total	%	Kategori	13	14	Total	%	Kategori	15	%	Kategori
41	5	5	10	100.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	5	3	8	80.0%	Baik	5	3	8	80.0%	Baik	5	3	8	80.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	3	60.0%	Cukup
42	4	5	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	80.0%	Baik
43	5	5	10	100.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	3	3	6	60.0%	Cukup	3	60.0%	Cukup
44	5	4	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	80.0%	Baik
45	5	5	10	100.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	80.0%	Baik
46	4	5	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	80.0%	Baik
47	4	5	9	90.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	80.0%	Baik
48	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	100.0%	Baik
49	5	5	10	100.0%	Baik	5	3	8	80.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	80.0%	Baik
50	5	4	9	90.0%	Baik	3	3	6	60.0%	Cukup	5	3	8	80.0%	Baik	3	3	6	60.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	3	3	6	60.0%	Cukup	3	5	8	80.0%	Baik	4	80.0%	Baik
51	5	5	10	100.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	3	3	6	60.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	3	3	6	60.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	3	5	8	80.0%	Baik	3	60.0%	Cukup
52	5	5	10	100.0%	Baik	3	5	8	80.0%	Baik	3	5	8	80.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	3	5	8	80.0%	Baik	5	3	8	80.0%	Baik	3	3	6	60.0%	Cukup	4	80.0%	Baik
53	5	5	10	100.0%	Baik	3	3	6	60.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	3	5	8	80.0%	Baik	5	3	8	80.0%	Baik	3	5	8	80.0%	Baik	3	60.0%	Cukup
54	3	3	6	60.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	3	3	6	60.0%	Cukup	5	5	10	100.0%	Baik	3	5	8	80.0%	Baik	5	3	8	80.0%	Baik	4	80.0%	Baik
55	5	5	10	100.0%	Baik	5	3	8	80.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	3	8	80.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	3	5	8	80.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	3	60.0%	Cukup
56	4	4	8	80.0%	Baik	3	4	7	70.0%	Cukup	4	5	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	3	5	8	80.0%	Baik	3	4	7	70.0%	Cukup	5	4	9	90.0%	Baik	5	100.0%	Baik
57	5	4	9	90.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup	5	4	9	90.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup	4	80.0%	Baik
58	4	3	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	4	5	9	90.0%	Baik	4	80.0%	Baik
59	3	4	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	3	5	8	80.0%	Baik	3	4	7	70.0%	Cukup	3	5	8	80.0%	Baik	5	3	8	80.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	4	80.0%	Baik
60	4	4	8	80.0%	Baik	5	3	8	80.0%	Baik	3	4	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	5	5	10	100.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	80.0%	Baik
61	5	4	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	5	3	8	80.0%	Baik	3	4	7	70.0%	Cukup	4	80.0%	Baik
62	5	5	10	100.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	5	3	8	80.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	80.0%	Baik
63	4	5	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	80.0%	Baik
64	4	3	7	70.0%	Cukup	3	5	8	80.0%	Baik	5	3	8	80.0%	Baik	3	5	8	80.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	3	4	7	70.0%	Cukup	3	60.0%	Cukup
65	4	4	8	80.0%	Baik	5	3	8	80.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	3	8	80.0%	Baik	5	3	8	80.0%	Baik	5	3	8	80.0%	Baik	5	3	8	80.0%	Baik	5	100.0%	Baik
66	4	4	8	80.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	3	4	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	5	4	9	90.0%	Baik	5	100.0%	Baik
67	4	3	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	5	4	9	90.0%	Baik	3	4	7	70.0%	Cukup	3	3	6	60.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup	3	60.0%	Cukup
68	5	4	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	80.0%	Baik
69	5	5	10	100.0%	Baik	5	3	8	80.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup	5	4	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	3	8	80.0%	Baik	4	80.0%	Baik
70	4	3	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup	5	3	8	80.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	3	4	7	70.0%	Cukup	5	3	8	80.0%	Baik	4	80.0%	Baik
71	3	4	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	3	4	7	70.0%	Cukup	4	80.0%	Baik
72	3	4	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	3	3	6	60.0%	Cukup	3	5	8	80.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	3	60.0%	Cukup
73	3	5	8	80.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	3	5	8	80.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup	3	5	8	80.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	3	5	8	80.0%	Baik	3	60.0%	Cukup
74	3	4	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	3	5	8	80.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	3	3	6	60.0%	Cukup	5	5	10	100.0%	Baik	4	80.0%	Baik
75	4	5	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	3	4	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	4	80.0%	Baik
76	5	5	10	100.0%	Baik	3	3	6	60.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	3	4	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	4	80.0%	Baik
77	5	4	9	90.0%	Baik	5	3	8	80.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	3	4	7	70.0%	Cukup	4	80.0%	Baik
78	3	3	6	60.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	3	3	6	60.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	5	4	9	90.0%	Baik	3	60.0%	Cukup

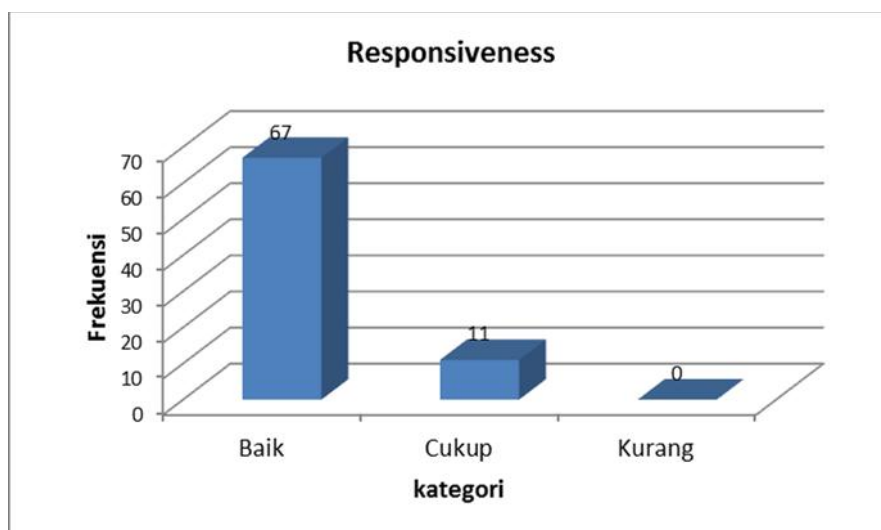
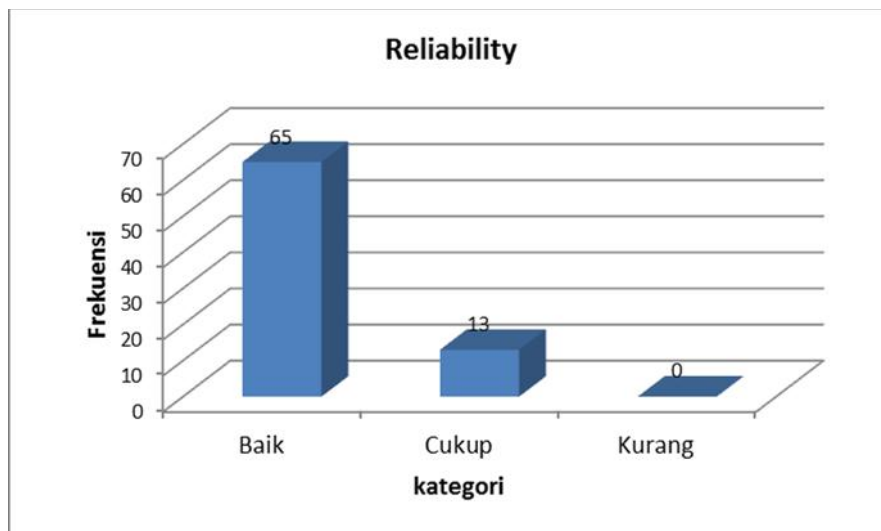
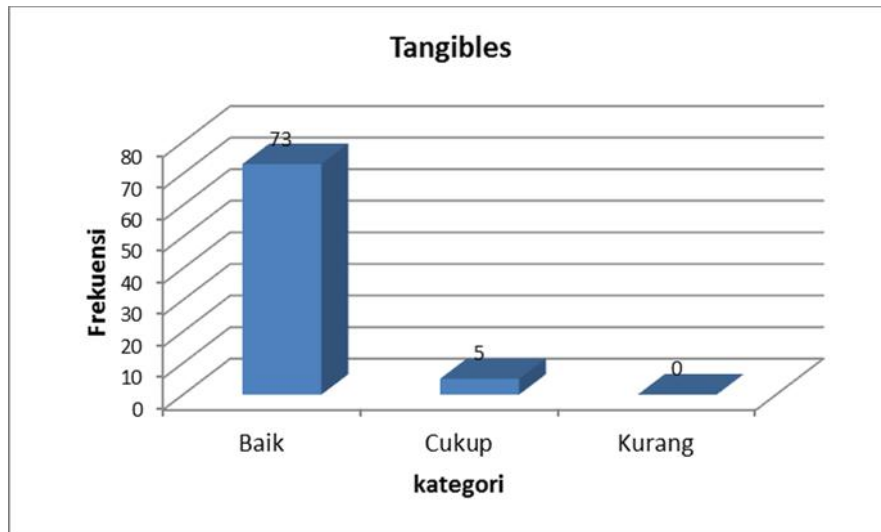
No	Kualitas Jasa																							
	Tangibles						Reliability			Responsiveness					Assurance					Empathy				
	16	17	18	Total	%	Kategori	19	%	Kategori	20	21	Total	%	Kategori	22	23	Total	%	Kategori	24	25	Total	%	Kategori
1	5	4	4	13	86.7%	Baik	3	60.0%	Cukup	5	5	10	100.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik
2	5	3	5	13	86.7%	Baik	3	60.0%	Cukup	5	5	10	100.0%	Baik	5	3	8	80.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik
3	4	3	4	11	73.3%	Baik	5	100.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik
4	4	4	4	12	80.0%	Baik	4	80.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik
5	4	3	3	10	66.7%	Cukup	4	80.0%	Baik	3	5	8	80.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik
6	5	4	4	13	86.7%	Baik	4	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik
7	4	3	4	11	73.3%	Baik	5	100.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik
8	4	4	4	12	80.0%	Baik	5	100.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik
9	5	5	4	14	93.3%	Baik	5	100.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik
10	5	5	5	15	100.0%	Baik	4	80.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik
11	5	3	5	13	86.7%	Baik	5	100.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik
12	4	3	4	11	73.3%	Baik	5	100.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik
13	5	5	5	15	100.0%	Baik	4	80.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik
14	5	3	5	13	86.7%	Baik	5	100.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik
15	4	4	4	12	80.0%	Baik	5	100.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik
16	4	4	4	12	80.0%	Baik	5	100.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik
17	5	5	5	15	100.0%	Baik	4	80.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik
18	4	4	4	12	80.0%	Baik	5	100.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik
19	4	5	5	14	93.3%	Baik	5	100.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik
20	4	5	4	13	86.7%	Baik	5	100.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik
21	4	4	4	12	80.0%	Baik	5	100.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik
22	5	5	5	15	100.0%	Baik	4	80.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik
23	4	4	4	12	80.0%	Baik	4	80.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik
24	3	4	4	11	73.3%	Baik	4	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik
25	5	3	3	11	73.3%	Baik	5	100.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik
26	4	4	4	12	80.0%	Baik	4	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik
27	5	5	5	15	100.0%	Baik	4	80.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik
28	4	4	4	12	80.0%	Baik	5	100.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik
29	5	5	5	15	100.0%	Baik	4	80.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik
30	5	3	4	12	80.0%	Baik	4	80.0%	Baik	5	3	8	80.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik
31	5	3	4	12	80.0%	Baik	4	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik
32	5	5	5	15	100.0%	Baik	4	80.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik
33	5	4	5	14	93.3%	Baik	5	100.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik
34	4	5	5	14	93.3%	Baik	5	100.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik
35	4	4	4	12	80.0%	Baik	5	100.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik
36	5	3	5	13	86.7%	Baik	4	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	3	4	7	70.0%	Cukup	5	4	9	90.0%	Baik
37	3	5	3	11	73.3%	Baik	5	100.0%	Baik	3	5	8	80.0%	Baik	3	4	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik
38	5	3	5	13	86.7%	Baik	3	60.0%	Cukup	5	3	8	80.0%	Baik	5	3	8	80.0%	Baik	5	3	8	80.0%	Baik
39	4	4	4	12	80.0%	Baik	4	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik
40	5	5	5	15	100.0%	Baik	4	80.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik

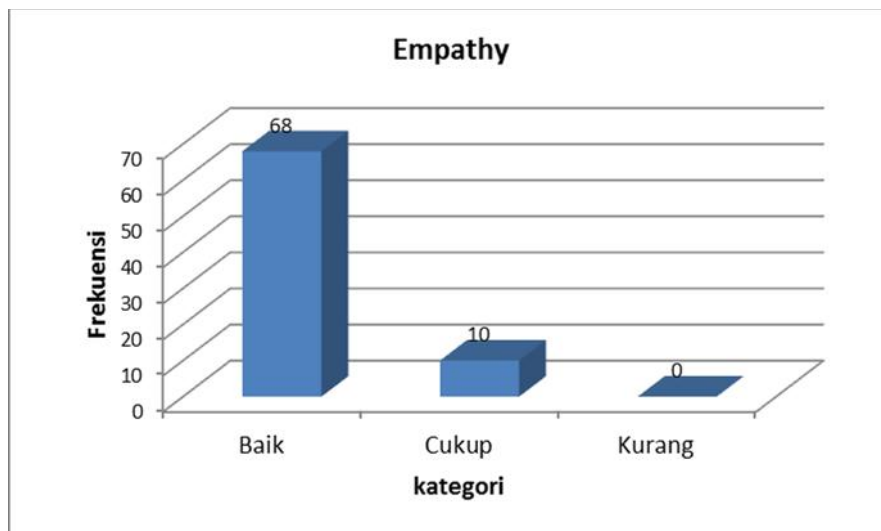
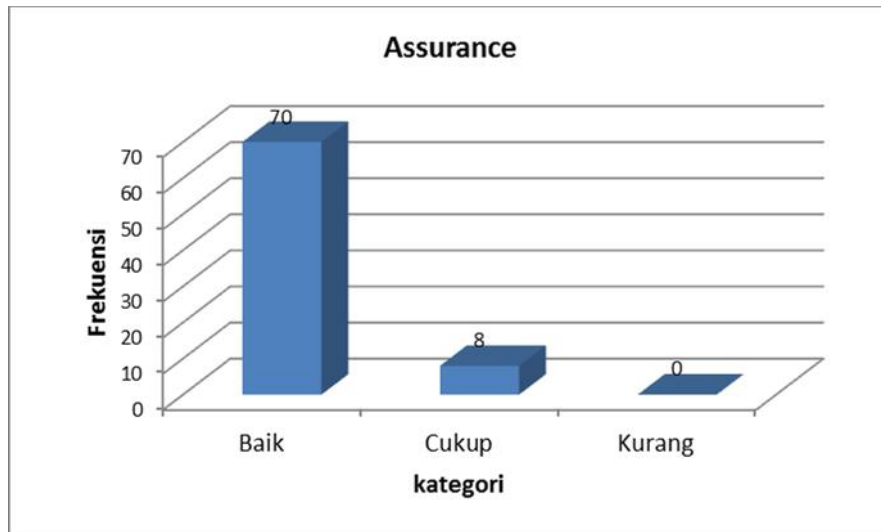
No	Kualitas Jasa																							
	Tangibles						Reliability			Responsiveness					Assurance					Empathy				
	16	17	18	Total	%	Kategori	19	%	Kategori	20	21	Total	%	Kategori	22	23	Total	%	Kategori	24	25	Total	%	Kategori
41	3	3	3	9	60.0%	Cukup	3	60.0%	Cukup	3	3	6	60.0%	Cukup	4	5	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik
42	3	3	3	9	60.0%	Cukup	3	60.0%	Cukup	3	5	8	80.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik
43	4	4	4	12	80.0%	Baik	4	80.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	3	4	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup
44	4	4	4	12	80.0%	Baik	4	80.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik
45	5	5	5	15	100.0%	Baik	4	80.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik
46	4	4	4	12	80.0%	Baik	5	100.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik
47	4	4	4	12	80.0%	Baik	5	100.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik
48	5	4	4	13	86.7%	Baik	4	80.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik
49	5	5	5	15	100.0%	Baik	4	80.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik
50	3	3	4	10	66.7%	Cukup	5	100.0%	Baik	3	4	7	70.0%	Cukup	5	4	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik
51	5	3	5	13	86.7%	Baik	3	60.0%	Cukup	3	5	8	80.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	3	3	6	60.0%	Cukup
52	5	3	3	11	73.3%	Baik	5	100.0%	Baik	3	5	8	80.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup
53	5	3	5	13	86.7%	Baik	3	60.0%	Cukup	3	3	6	60.0%	Cukup	3	5	8	80.0%	Baik	5	3	8	80.0%	Baik
54	3	5	5	13	86.7%	Baik	3	60.0%	Cukup	5	3	8	80.0%	Baik	5	3	8	80.0%	Baik	3	5	8	80.0%	Baik
55	5	3	4	12	80.0%	Baik	5	100.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup
56	4	5	3	12	80.0%	Baik	5	100.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	3	3	6	60.0%	Cukup
57	3	4	3	10	66.7%	Cukup	4	80.0%	Baik	3	3	6	60.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup
58	4	5	5	14	93.3%	Baik	5	100.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	5	4	9	90.0%	Baik
59	5	3	5	13	86.7%	Baik	4	80.0%	Baik	5	3	8	80.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik
60	4	5	5	14	93.3%	Baik	5	100.0%	Baik	3	3	6	60.0%	Cukup	4	5	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik
61	5	3	5	13	86.7%	Baik	4	80.0%	Baik	5	3	8	80.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik
62	3	5	3	11	73.3%	Baik	4	80.0%	Baik	3	4	7	70.0%	Cukup	5	4	9	90.0%	Baik	5	3	8	80.0%	Baik
63	4	4	4	12	80.0%	Baik	5	100.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik
64	5	5	4	14	93.3%	Baik	5	100.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik
65	4	5	4	13	86.7%	Baik	5	100.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik
66	3	5	5	13	86.7%	Baik	5	100.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup
67	5	5	5	15	100.0%	Baik	4	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik
68	4	4	4	12	80.0%	Baik	5	100.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik
69	3	5	3	11	73.3%	Baik	3	60.0%	Cukup	5	4	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	3	8	80.0%	Baik
70	3	5	5	13	86.7%	Baik	3	60.0%	Cukup	5	3	8	80.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik
71	4	4	4	12	80.0%	Baik	5	100.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik
72	5	5	5	15	100.0%	Baik	4	80.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	3	4	7	70.0%	Cukup	5	4	9	90.0%	Baik
73	5	3	5	13	86.7%	Baik	3	60.0%	Cukup	5	3	8	80.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik
74	3	5	5	13	86.7%	Baik	5	100.0%	Baik	5	3	8	80.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	3	8	80.0%	Baik
75	4	4	4	12	80.0%	Baik	5	100.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik
76	4	3	4	11	73.3%	Baik	5	100.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	3	4	7	70.0%	Cukup
77	5	4	3	12	80.0%	Baik	3	60.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	4	5	9	90.0%	Baik	3	4	7	70.0%	Cukup
78	4	4	5	13	86.7%	Baik	3	60.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	4	5	9	90.0%	Baik	3	4	7	70.0%	Cukup

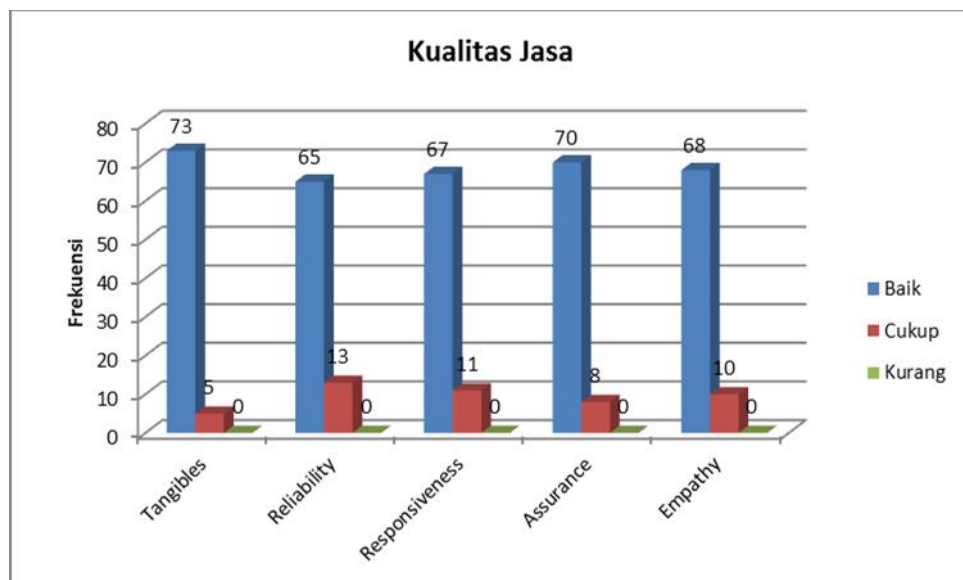
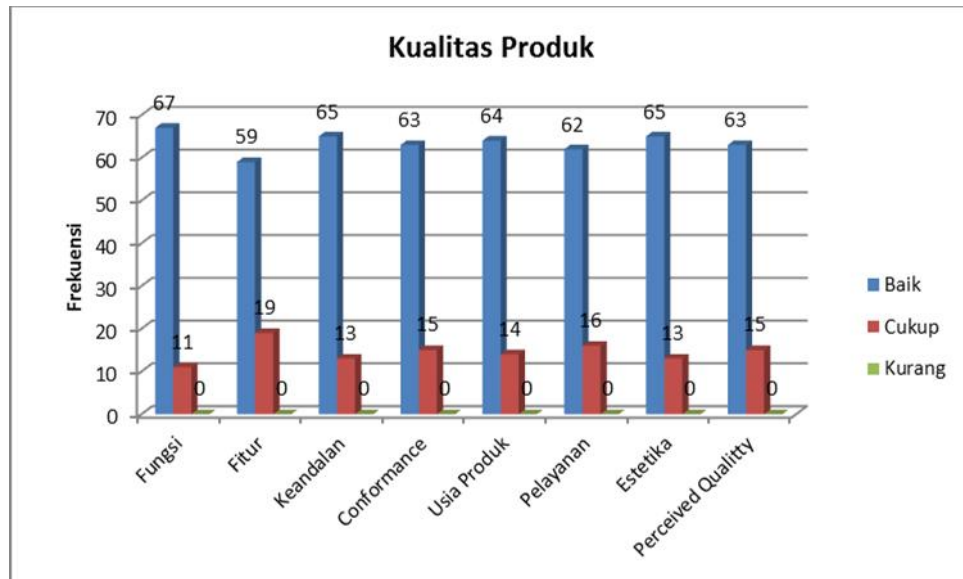




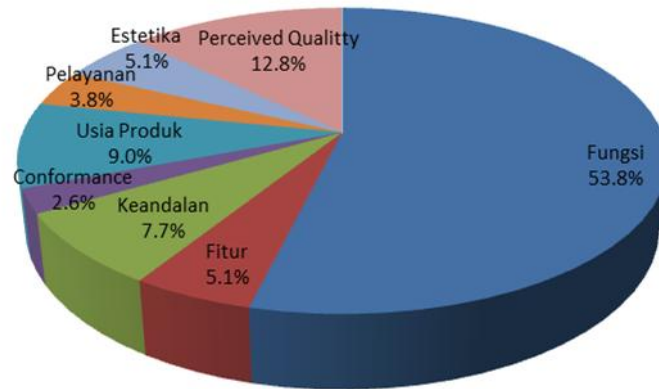




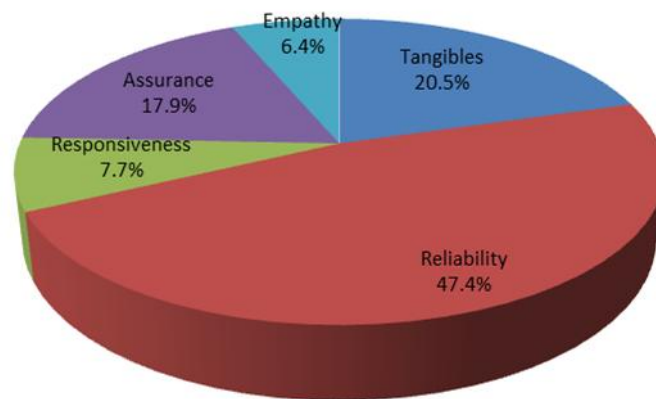




Kualitas Produk



Kualitas Jasa



HASIL STATISTIK DESKRIPTIF

Frequencies

		Statistics						
		Fungsi	Fitur	Keandalan	Conformance	Usia Produk	Pelayanan	Estetika
N	Valid	78	78	78	78	78	78	78
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		8.8590	8.0256	8.2692	8.1410	8.2308	8.0897	8.2436
Median		9.0000	8.0000	8.0000	8.0000	8.0000	8.0000	4.0000
Mode		10.00	8.00	8.00	8.00	8.00	8.00	9.00
Std. Deviation		1.10164	.91132	.90702	.87867	.93868	.87068	.56614
Variance		1.214	.831	.823	.772	.881	.758	.321
Minimum		6.00	6.00	6.00	6.00	6.00	6.00	3.00
Maximum		10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	5.00
Sum		691.00	626.00	645.00	635.00	642.00	631.00	307.00

Frequencies

		Statistics				
		Tangibles	Reliability	Responsiveness	Assurance	Empathy
N	Valid	78	78	78	78	78
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		12.6154	4.2949	8.2692	8.5385	8.3974
Median		12.5000	4.0000	8.0000	9.0000	9.0000
Mode		12.00	5.00	8.00	9.00	9.00
Std. Deviation		1.47032	.74046	.89258	.83265	.81128
Variance		2.162	.548	.797	.693	.658
Minimum		9.00	3.00	6.00	7.00	6.00
Maximum		15.00	5.00	10.00	10.00	10.00
Sum		984.00	335.00	645.00	666.00	655.00

PERHITUNGAN KATEGORISASI

Fungsi, Fitur, Keandalan, Conformance, Usia Produk, Pelayanan, Estetika					
Skor Max	5	x	2	=	10
Skor Min	1	x	2	=	2
Mi	12	/	2	=	6.00
Sdi	8	/	6	=	1.33
Baik	: $X \geq Mi + Sdi$				
Cukup	: $Mi - Sdi \leq X < Mi + Sdi$				
Kurang	: $X < Mi - Sdi$				
Kategori	Skor				
Baik	:	X	\geq	7.33	
Cukup	:	4.67	\leq	X	< 7.33
Kurang	:	X	<	4.67	

Perceived Quality					
Skor Max	5	x	1	=	5
Skor Min	1	x	1	=	1
Mi	6	/	2	=	3.00
Sdi	4	/	6	=	0.67
Baik	: $X \geq Mi + Sdi$				
Cukup	: $Mi - Sdi \leq X < Mi + Sdi$				
Kurang	: $X < Mi - Sdi$				
Kategori	Skor				
Baik	:	X	\geq	3.67	
Cukup	:	2.33	\leq	X	< 3.67
Kurang	:	X	<	2.33	

Tangibles					
Skor Max	5	x	3	=	15
Skor Min	1	x	3	=	3
Mi	18	/	2	=	9.00
Sdi	12	/	6	=	2.00
Baik	: $X \geq Mi + Sdi$				
Cukup	: $Mi - Sdi \leq X < Mi + Sdi$				
Kurang	: $X < Mi - Sdi$				
Kategori	Skor				
Baik	:	X	\geq	11.00	
Cukup	:	7.00	\leq	X	< 11.00
Kurang	:	X	<	7.00	

Reliability					
Skor Max	5	x	1	=	5
Skor Min	1	x	1	=	1
Mi	6	/	2	=	3.00
Sdi	4	/	6	=	0.67
Baik	: $X \geq Mi + Sdi$				
Cukup	: $Mi - Sdi \leq X < Mi + Sdi$				
Kurang	: $X < Mi - Sdi$				
Kategori	Skor				
Baik	:	X	\geq	3.67	
Cukup	:	2.33	\leq	X	< 3.67
Kurang	:	X	<	2.33	

Responsif, Assurance, Empathy					
Skor Max	5	x	2	=	10
Skor Min	1	x	2	=	2
Mi	12	/	2	=	6.00
Sdi	8	/	6	=	1.33
Baik	: $X \geq Mi + Sdi$				
Cukup	: $Mi - Sdi \leq X < Mi + Sdi$				
Kurang	: $X < Mi - Sdi$				
Kategori	Skor				
Baik	:	X	\geq	7.33	
Cukup	:	4.67	\leq	X	< 7.33
Kurang	:	X	<	4.67	

HASIL KATEGORISASI

KUALITAS PRODUK

Fungsi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Baik	67	85.9	85.9	85.9
	Cukup	11	14.1	14.1	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

Fitur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Baik	59	75.6	75.6	75.6
	Cukup	19	24.4	24.4	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

Keandalan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Baik	65	83.3	83.3	83.3
	Cukup	13	16.7	16.7	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

Conformance

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Baik	63	80.8	80.8	80.8
	Cukup	15	19.2	19.2	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

Usia Produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Baik	64	82.1	82.1	82.1
	Cukup	14	17.9	17.9	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

Pelayanan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Baik	62	79.5	79.5	79.5
	Cukup	16	20.5	20.5	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

Estetika

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Baik	65	83.3	83.3	83.3
	Cukup	13	16.7	16.7	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

Perceived Quality

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Baik	63	80.8	80.8	80.8
	Cukup	15	19.2	19.2	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

KUALITAS JASA

Tangibles

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Baik	73	93.6	93.6	93.6
	Cukup	5	6.4	6.4	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

Reliability

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Baik	65	83.3	83.3	83.3
	Cukup	13	16.7	16.7	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

Responsiveness

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Baik	67	85.9	85.9	85.9
	Cukup	11	14.1	14.1	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

Assurance

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Baik	70	89.7	89.7	89.7
	Cukup	8	10.3	10.3	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

Empathy

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Baik	68	87.2	87.2	87.2
	Cukup	10	12.8	12.8	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

HASIL PENILAIAN RESPONDEN PADA KUALITAS PRODUK DAN JASA

Kualitas Produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Fungsi	42	53.8	53.8	53.8
	Fitur	4	5.1	5.1	59.0
	Keandalan	6	7.7	7.7	66.7
	Conformance	2	2.6	2.6	69.2
	Usia Produk	7	9.0	9.0	78.2
	Pelayanan	3	3.8	3.8	82.1
	Estetika	4	5.1	5.1	87.2
	Perceived Quality	10	12.8	12.8	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

Kualitas Jasa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tangibles	16	20.5	20.5	20.5
	Reliability	37	47.4	47.4	67.9
	Responsiveness	6	7.7	7.7	75.6
	Assurance	14	17.9	17.9	93.6
	Empathy	5	6.4	6.4	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

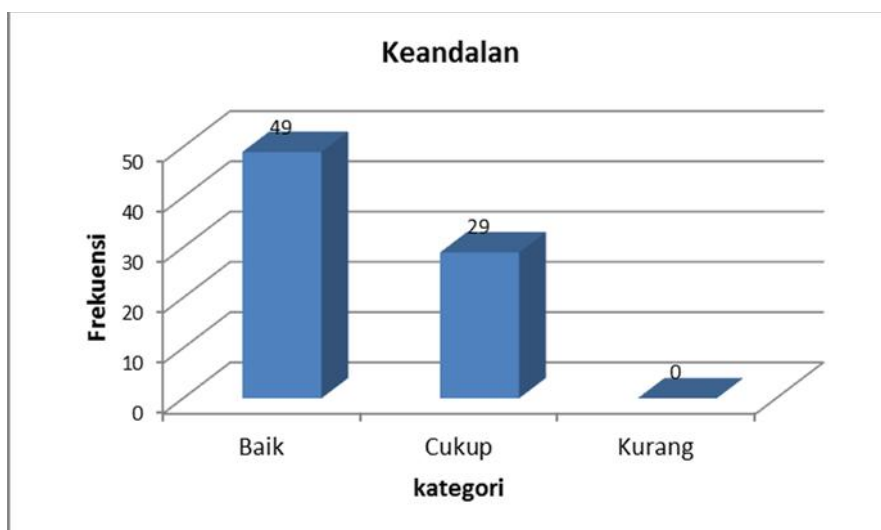
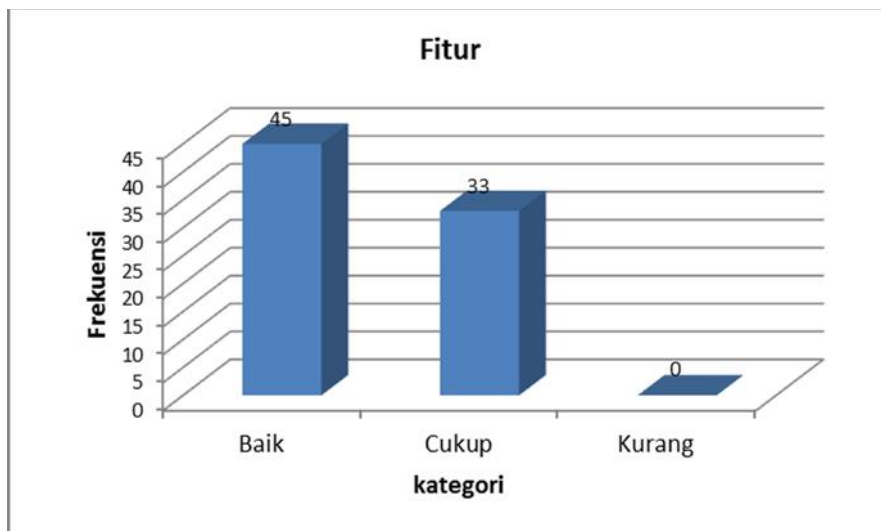
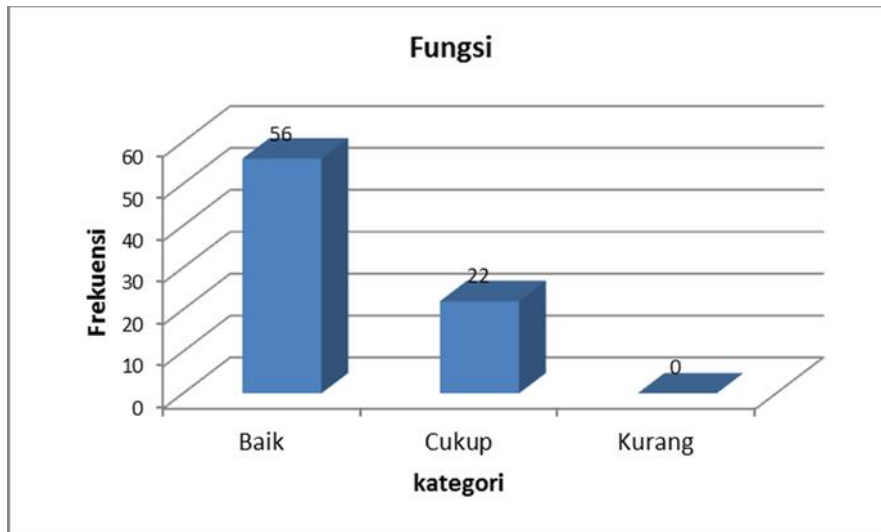
DATA PENELITIAN

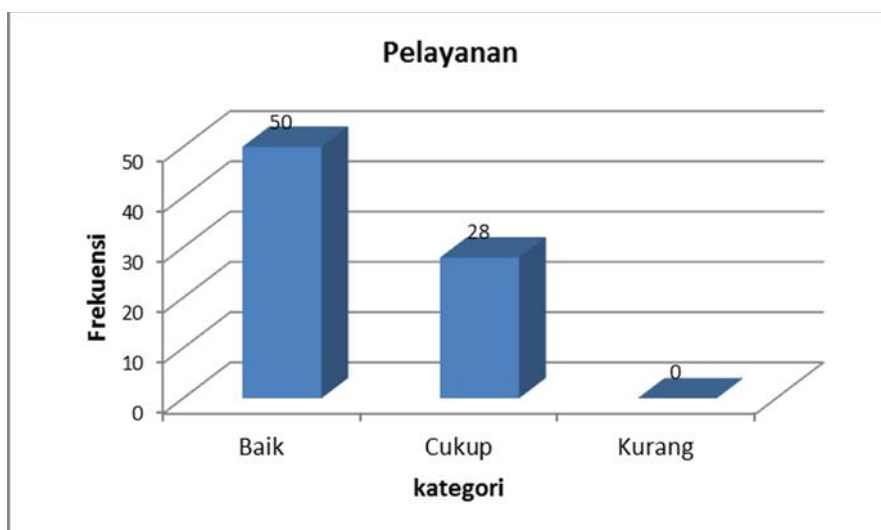
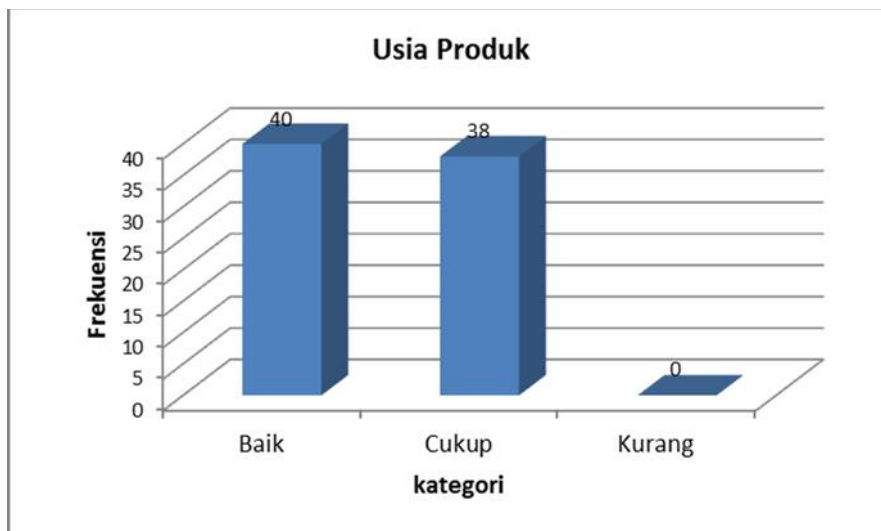
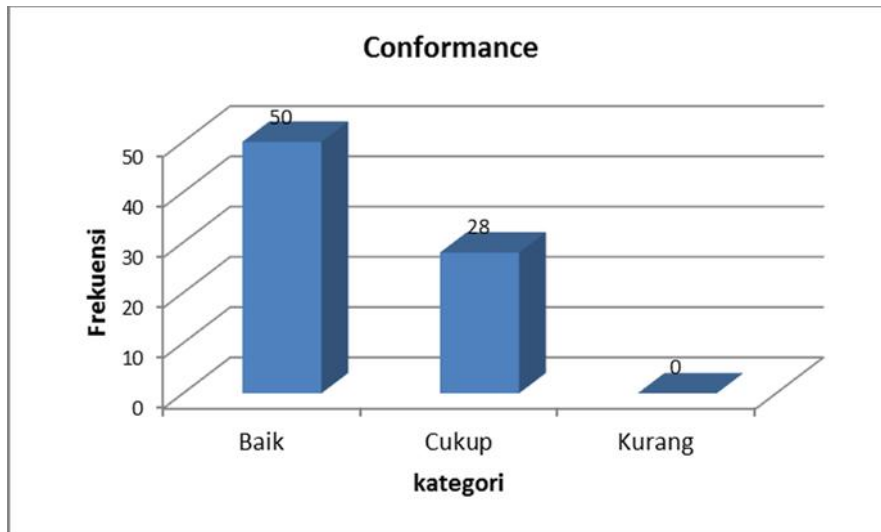
No	Kualitas Produk																																					
	Fungsi					Fitur					Keandalan					Conformance					Usia Produk					Pelayanan					Estetika					Perceived Quality		
	1	2	Total	%	Kategori	3	4	Total	%	Kategori	5	6	Total	%	Kategori	7	8	Total	%	Kategori	9	10	Total	%	Kategori	11	12	Total	%	Kategori	13	14	Total	%	Kategori	15	%	Kategori
1	3	4	7	70.0%	Cukup	3	3	6	60.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	4	80.0%	Baik
2	4	3	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	3	60.0%	Cukup
3	4	5	9	90.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	3	4	7	70.0%	Cukup	3	60.0%	Cukup
4	2	5	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	4	2	6	60.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	4	5	9	90.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup	3	3	6	60.0%	Cukup	3	60.0%	Cukup
5	5	5	10	100.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup	3	3	6	60.0%	Cukup	3	3	6	60.0%	Cukup	4	80.0%	Baik
6	5	4	9	90.0%	Baik	3	4	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	3	3	6	60.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	80.0%	Baik
7	5	4	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	80.0%	Baik
8	4	3	7	70.0%	Cukup	5	4	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	4	80.0%	Baik
9	3	5	8	80.0%	Baik	3	4	7	70.0%	Cukup	3	3	6	60.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	4	2	6	60.0%	Cukup	5	4	9	90.0%	Baik	3	3	6	60.0%	Cukup	3	60.0%	Cukup
10	4	3	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	3	60.0%	Cukup
11	4	4	8	80.0%	Baik	3	3	6	60.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	3	3	6	60.0%	Cukup	3	3	6	60.0%	Cukup	3	3	6	60.0%	Cukup	3	60.0%	Cukup
12	5	5	10	100.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	3	60.0%	Cukup
13	4	5	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	3	3	6	60.0%	Cukup	3	60.0%	Cukup
14	4	4	8	80.0%	Baik	3	3	6	60.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	3	3	6	60.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	3	3	6	60.0%	Cukup	3	3	6	60.0%	Cukup	3	60.0%	Cukup
15	4	5	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	3	5	8	80.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	80.0%	Baik
16	5	4	9	90.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	3	5	8	80.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	80.0%	Baik
17	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	80.0%	Baik
18	5	4	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	80.0%	Baik
19	4	5	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	3	4	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	80.0%	Baik
20	4	5	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup	3	3	6	60.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	3	3	6	60.0%	Cukup	4	80.0%	Baik
21	4	5	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup	3	3	6	60.0%	Cukup	4	80.0%	Baik
22	4	5	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	80.0%	Baik
23	3	4	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	4	80.0%	Baik
24	4	5	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	3	4	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	80.0%	Baik
25	4	5	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup	3	3	6	60.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	3	3	6	60.0%	Cukup	4	80.0%	Baik
26	4	5	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup	3	3	6	60.0%	Cukup	4	80.0%	Baik
27	4	5	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	80.0%	Baik
28	4	3	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	4	80.0%	Baik
29	5	5	10	100.0%	Baik	3	3	6	60.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	5	5	10	100.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup	3	60.0%	Cukup
30	3	4	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	3	60.0%	Cukup
31	3	4	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	5	100.0%	Baik
32	3	4	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	5	100.0%	Baik
33	4	3	7	70.0%	Cukup	3	3	6	60.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	4	80.0%	Baik
34	4	3	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	3	60.0%	Cukup
35	4	5	9	90.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	3	4	7	70.0%	Cukup	3	60.0%	Cukup
36	4	3	7	70.0%	Cukup	3	3	6	60.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	4	80.0%	Baik
37	3	4	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	3	60.0%	Cukup
38	4	5	9	90.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	3	4	7	70.0%	Cukup	3	60.0%	Cukup

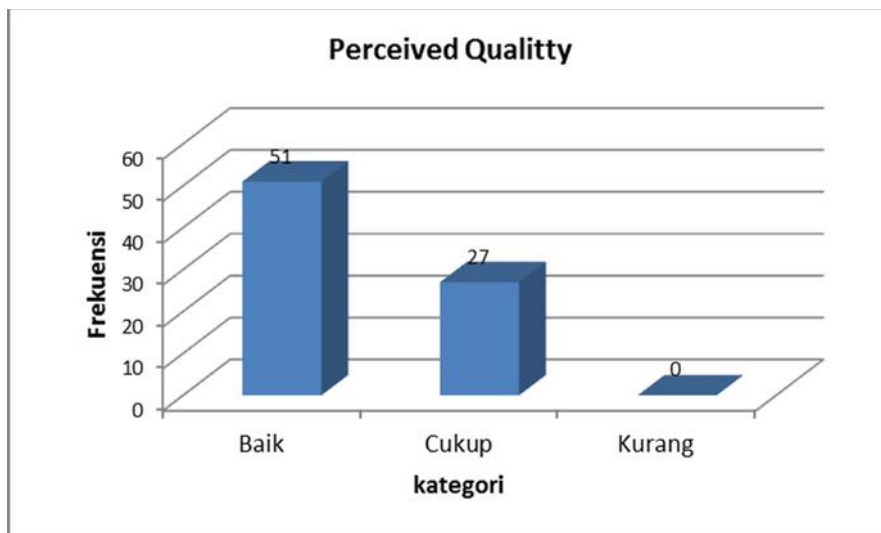
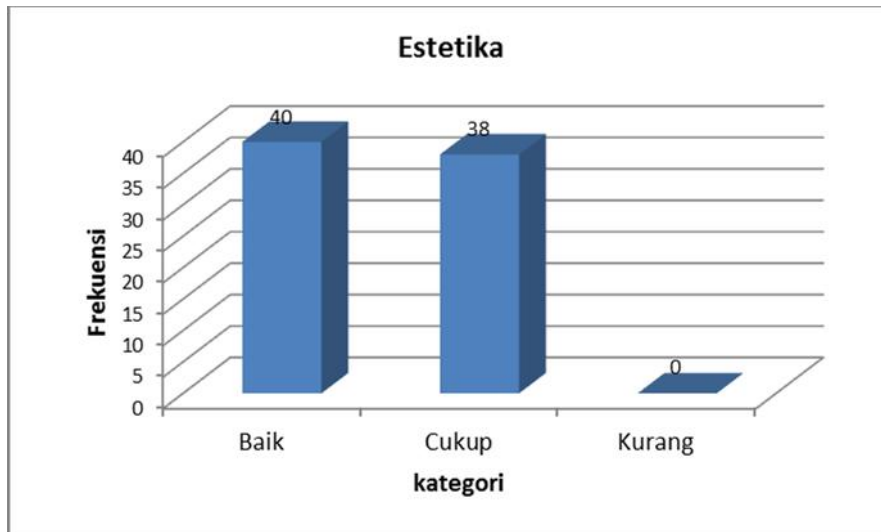
No	Kualitas Produk																																					
	Fungsi					Fitur					Keandalan					Conformance					Usia Produk					Pelayanan					Estetika					Perceived Quality		
	1	2	Total	%	Kategori	3	4	Total	%	Kategori	5	6	Total	%	Kategori	7	8	Total	%	Kategori	9	10	Total	%	Kategori	11	12	Total	%	Kategori	13	14	Total	%	Kategori	15	%	Kategori
39	2	5	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	4	2	6	60.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	4	5	9	90.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup	3	3	6	60.0%	Cukup	3	60.0%	Cukup
40	5	5	10	100.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup	3	3	6	60.0%	Cukup	3	3	6	60.0%	Cukup	4	80.0%	Baik
41	5	4	9	90.0%	Baik	3	4	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	3	3	6	60.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	80.0%	Baik
42	5	4	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	80.0%	Baik
43	4	5	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	3	4	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	80.0%	Baik
44	5	5	10	100.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	3	60.0%	Cukup
45	4	5	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	3	3	6	60.0%	Cukup	3	60.0%	Cukup
46	4	4	8	80.0%	Baik	3	3	6	60.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	3	3	6	60.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	3	3	6	60.0%	Cukup	3	3	6	60.0%	Cukup	3	60.0%	Cukup
47	4	5	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	3	5	8	80.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	80.0%	Baik
48	5	4	9	90.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	3	5	8	80.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	80.0%	Baik
49	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	80.0%	Baik
50	5	4	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	80.0%	Baik
51	4	5	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	3	4	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	80.0%	Baik
52	4	5	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup	3	3	6	60.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	3	3	6	60.0%	Cukup	4	80.0%	Baik
53	4	5	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	3	3	6	60.0%	Cukup	4	80.0%	Baik
54	4	5	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	80.0%	Baik
55	4	3	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	4	80.0%	Baik
56	5	5	10	100.0%	Baik	3	3	6	60.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	5	5	10	100.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup	3	60.0%	Cukup
57	4	5	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup	3	3	6	60.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	3	3	6	60.0%	Cukup	4	80.0%	Baik
58	4	5	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup	3	3	6	60.0%	Cukup	4	80.0%	Baik
59	4	5	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	80.0%	Baik
60	3	4	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	4	80.0%	Baik
61	5	5	10	100.0%	Baik	3	3	6	60.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	5	5	10	100.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup	3	60.0%	Cukup
62	4	3	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	3	60.0%	Cukup
63	3	4	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	5	100.0%	Baik
64	3	4	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	5	100.0%	Baik
65	3	4	7	70.0%	Cukup	3	3	6	60.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	4	80.0%	Baik
66	4	5	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	3	4	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup	4	80.0%	Baik
67	4	4	8	80.0%	Baik	3	4	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup	5	4	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	80.0%	Baik
68	3	4	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	3	60.0%	Cukup
69	4	4	8	80.0%	Baik	3	3	6	60.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	3	3	6	60.0%	Cukup	3	3	6	60.0%	Cukup	3	3	6	60.0%	Cukup	3	60.0%	Cukup
70	5	5	10	100.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	3	60.0%	Cukup
71	4	5	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup	4	5	9	90.0%	Baik	3	3	6	60.0%	Cukup	3	60.0%	Cukup
72	4	4	8	80.0%	Baik	3	3	6	60.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	3	3	6	60.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	3	3	6	60.0%	Cukup	3	3	6	60.0%	Cukup	3	60.0%	Cukup
73	4	5	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	3	5	8	80.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	80.0%	Baik
74	5	4	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	3	5	8	80.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	80.0%	Baik
75	4	4	8	80.0%	Baik	3	3	6	60.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	3	4	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	3	4	7	70.0%	Cukup	4	80.0%	Baik
76	4	4	8	80.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	80.0%	Baik
77	4	5	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	80.0%	Baik
78	4	4	8	80.0%	Baik	5	3	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	80.0%	Baik

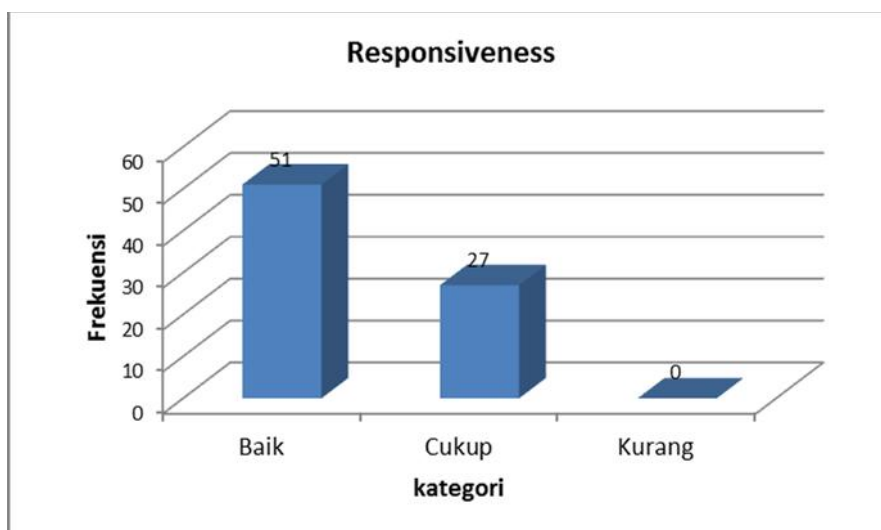
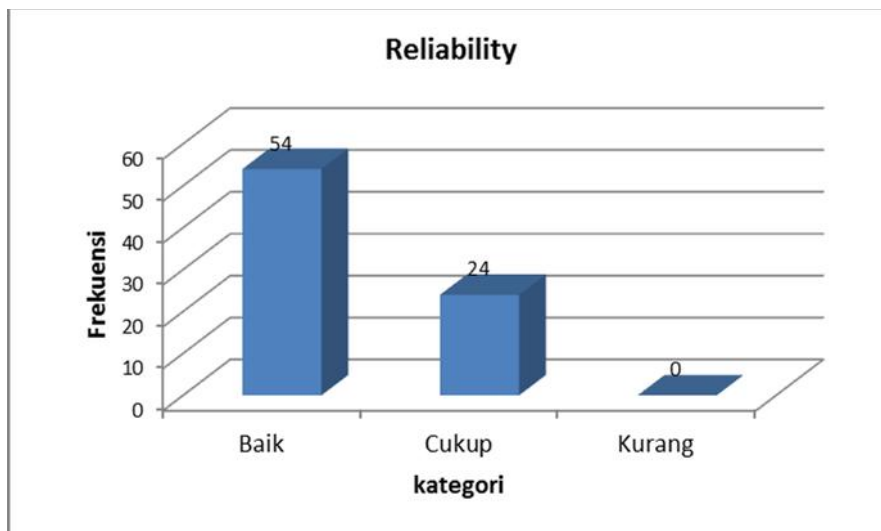
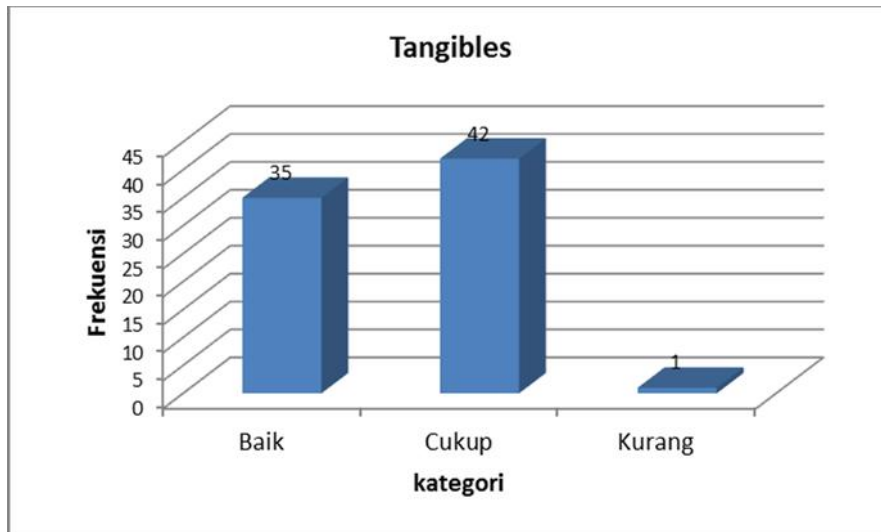
No	Kualitas Jasa																							
	Tangibles						Reliability			Responsiveness					Assurance					Empathy				
	16	17	18	Total	%	Kategori	19	%	Kategori	20	21	Total	%	Kategori	22	23	Total	%	Kategori	24	25	Total	%	Kategori
1	3	4	3	10	66.7%	Cukup	5	100.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	3	4	7	70.0%	Cukup
2	4	4	4	12	80.0%	Baik	4	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik
3	4	3	4	11	73.3%	Baik	4	80.0%	Baik	3	3	6	60.0%	Cukup	4	5	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik
4	3	3	3	9	60.0%	Cukup	4	80.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik
5	2	3	3	8	53.3%	Cukup	4	80.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup
6	4	3	5	12	80.0%	Baik	5	100.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik
7	3	2	2	7	46.7%	Cukup	5	100.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik
8	4	2	3	9	60.0%	Cukup	4	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	3	5	8	80.0%	Baik
9	3	1	2	6	40.0%	Kurang	4	80.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	3	4	7	70.0%	Cukup
10	3	4	2	9	60.0%	Cukup	4	80.0%	Baik	4	2	6	60.0%	Cukup	2	4	6	60.0%	Cukup	3	3	6	60.0%	Cukup
11	3	3	3	9	60.0%	Cukup	5	100.0%	Baik	3	3	6	60.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup
12	3	3	5	11	73.3%	Baik	3	60.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik
13	4	3	4	11	73.3%	Baik	5	100.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	3	4	7	70.0%	Cukup
14	3	3	4	10	66.7%	Cukup	4	80.0%	Baik	3	3	6	60.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	3	3	6	60.0%	Cukup
15	4	4	4	12	80.0%	Baik	4	80.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik
16	4	3	4	11	73.3%	Baik	5	100.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik
17	3	3	3	9	60.0%	Cukup	4	80.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik
18	4	3	3	10	66.7%	Cukup	4	80.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik
19	3	3	3	9	60.0%	Cukup	3	60.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik
20	3	3	3	9	60.0%	Cukup	3	60.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	3	3	6	60.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup
21	3	3	3	9	60.0%	Cukup	3	60.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik
22	4	3	3	10	66.7%	Cukup	4	80.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik
23	4	4	4	12	80.0%	Baik	5	100.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik
24	3	3	3	9	60.0%	Cukup	3	60.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik
25	3	3	3	9	60.0%	Cukup	3	60.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	3	3	6	60.0%	Cukup	3	3	6	60.0%	Cukup
26	3	3	3	9	60.0%	Cukup	3	60.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik
27	4	3	3	10	66.7%	Cukup	4	80.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik
28	4	4	4	12	80.0%	Baik	5	100.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik
29	4	3	3	10	66.7%	Cukup	5	100.0%	Baik	5	3	8	80.0%	Baik	3	5	8	80.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik
30	3	4	4	11	73.3%	Baik	3	60.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik
31	4	3	4	11	73.3%	Baik	5	100.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup
32	4	3	4	11	73.3%	Baik	5	100.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup
33	3	4	3	10	66.7%	Cukup	3	60.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	3	4	7	70.0%	Cukup
34	4	4	4	12	80.0%	Baik	4	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik
35	4	3	4	11	73.3%	Baik	3	60.0%	Cukup	3	3	6	60.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik
36	3	4	3	10	66.7%	Cukup	3	60.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	3	4	7	70.0%	Cukup
37	4	4	4	12	80.0%	Baik	4	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik
38	4	3	4	11	73.3%	Baik	3	60.0%	Cukup	3	3	6	60.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik
39	3	3	3	9	60.0%	Cukup	4	80.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik

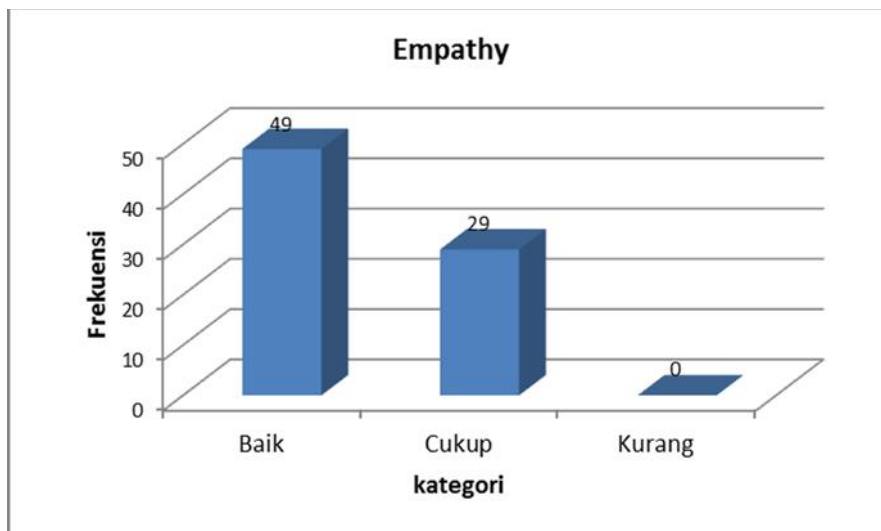
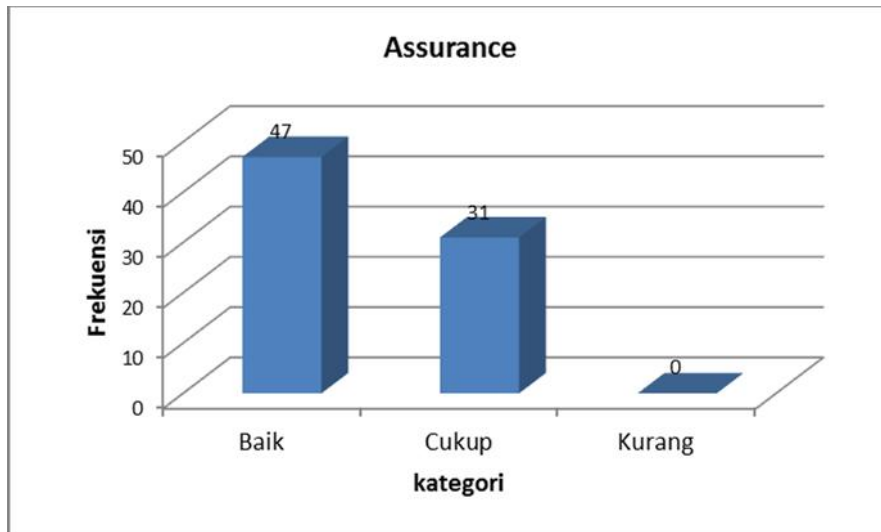
No	Kualitas Jasa																							
	Tangibles						Reliability			Responsiveness					Assurance					Empathy				
	16	17	18	Total	%	Kategori	19	%	Kategori	20	21	Total	%	Kategori	22	23	Total	%	Kategori	24	25	Total	%	Kategori
40	2	3	3	8	53.3%	Cukup	4	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup
41	4	3	5	12	80.0%	Baik	5	100.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik
42	3	2	2	7	46.7%	Cukup	5	100.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik
43	3	3	3	9	60.0%	Cukup	5	100.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik
44	3	3	5	11	73.3%	Baik	3	60.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik
45	4	3	4	11	73.3%	Baik	5	100.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup
46	3	3	4	10	66.7%	Cukup	4	80.0%	Baik	3	3	6	60.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	3	3	6	60.0%	Cukup
47	4	4	4	12	80.0%	Baik	4	80.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik
48	4	3	4	11	73.3%	Baik	5	100.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	3	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik
49	3	3	3	9	60.0%	Cukup	4	80.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik
50	4	3	3	10	66.7%	Cukup	5	100.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik
51	3	3	3	9	60.0%	Cukup	3	60.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik
52	3	3	3	9	60.0%	Cukup	3	60.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	3	5	8	80.0%	Baik	3	4	7	70.0%	Cukup
53	3	3	3	9	60.0%	Cukup	3	60.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik
54	4	3	3	10	66.7%	Cukup	4	80.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik
55	4	4	4	12	80.0%	Baik	3	60.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup
56	4	3	3	10	66.7%	Cukup	5	100.0%	Baik	5	3	8	80.0%	Baik	3	5	8	80.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik
57	3	3	3	9	60.0%	Cukup	3	60.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	3	5	8	80.0%	Baik	3	4	7	70.0%	Cukup
58	3	3	3	9	60.0%	Cukup	3	60.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik
59	4	3	3	10	66.7%	Cukup	4	80.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik
60	4	4	4	12	80.0%	Baik	3	60.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup
61	4	3	3	10	66.7%	Cukup	5	100.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	3	5	8	80.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik
62	3	4	4	11	73.3%	Baik	3	60.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik
63	4	3	4	11	73.3%	Baik	5	100.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	3	4	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup
64	4	3	4	11	73.3%	Baik	5	100.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	3	4	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup
65	3	4	3	10	66.7%	Cukup	3	60.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik	3	4	7	70.0%	Cukup
66	3	4	4	11	73.3%	Baik	5	100.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	3	7	70.0%	Cukup	4	3	7	70.0%	Cukup
67	4	3	5	12	80.0%	Baik	5	100.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	3	4	7	70.0%	Cukup
68	3	4	2	9	60.0%	Cukup	4	80.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	2	4	6	60.0%	Cukup	3	3	6	60.0%	Cukup
69	3	3	3	9	60.0%	Cukup	3	60.0%	Cukup	3	3	6	60.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	3	5	8	80.0%	Baik
70	3	3	5	11	73.3%	Baik	3	60.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	3	4	7	70.0%	Cukup	4	4	8	80.0%	Baik
71	4	3	4	11	73.3%	Baik	5	100.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	3	4	7	70.0%	Cukup
72	3	3	4	10	66.7%	Cukup	5	100.0%	Baik	3	3	6	60.0%	Cukup	3	5	8	80.0%	Baik	3	3	6	60.0%	Cukup
73	4	4	4	12	80.0%	Baik	4	80.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik
74	4	3	4	11	73.3%	Baik	5	100.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik
75	3	4	3	10	66.7%	Cukup	4	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	3	4	7	70.0%	Cukup
76	4	4	4	12	80.0%	Baik	4	80.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	4	4	8	80.0%	Baik
77	5	5	5	15	100.0%	Baik	4	80.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik
78	5	4	4	13	86.7%	Baik	4	80.0%	Baik	5	5	10	100.0%	Baik	4	5	9	90.0%	Baik	5	4	9	90.0%	Baik

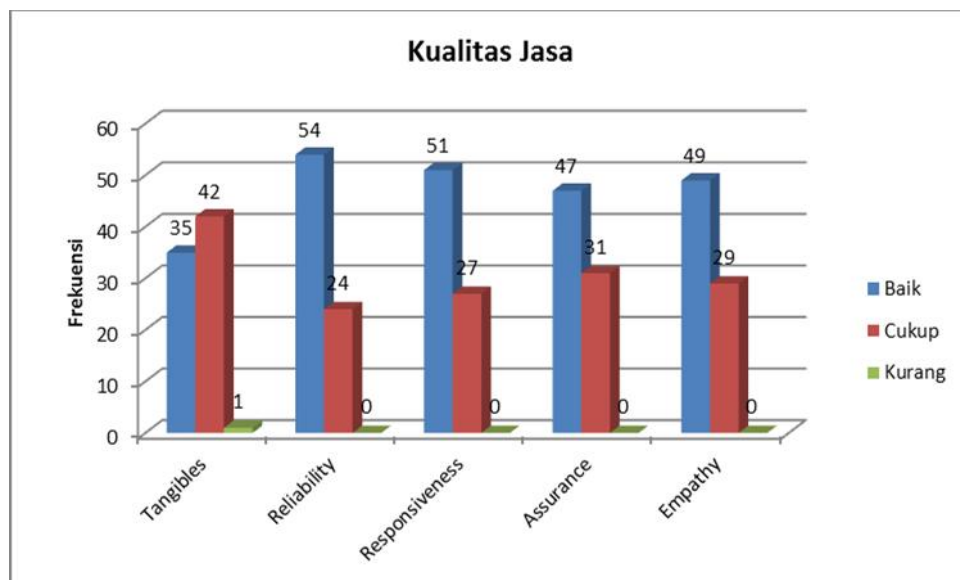
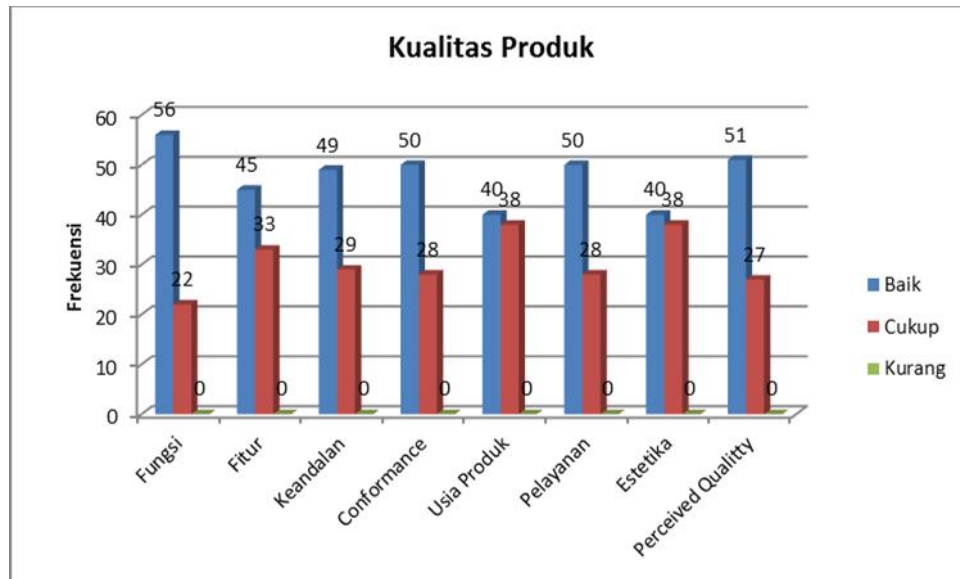




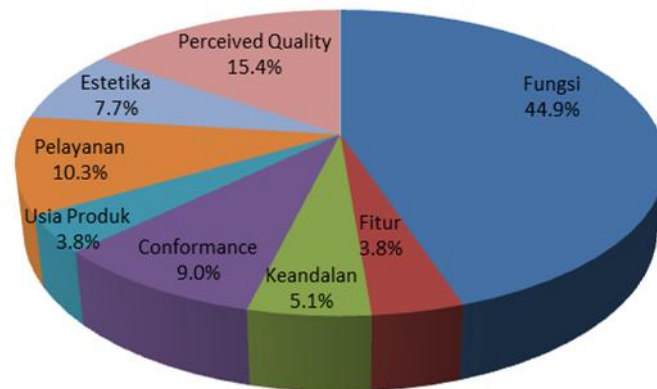




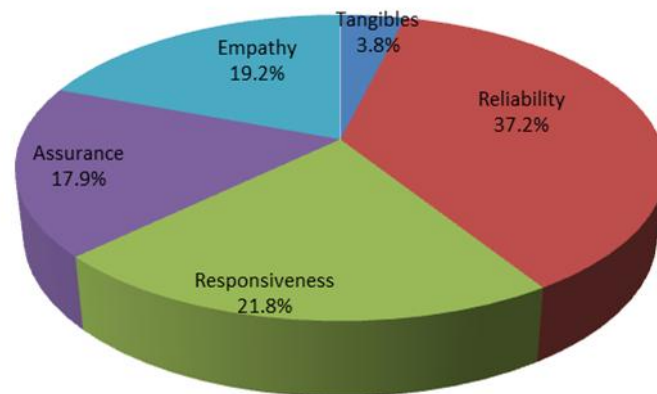




Kualitas Produk



Kualitas Jasa



HASIL STATISTIK DESKRIPTIF

Frequencies

		Statistics							
		Fungsi	Fitur	Keandalan	Conformance	Usia Produk	Pelayanan	Estetika	Perceived Quality
N	Valid	78	78	78	78	78	78	78	78
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		8.3846	7.6538	7.7564	8.0128	7.6026	7.9744	7.4103	3.7051
Median		9.0000	8.0000	8.0000	8.0000	8.0000	8.0000	8.0000	4.0000
Mode		9.00	8.00	8.00	8.00	7.00	9.00	8.00	4.00
Std. Deviation		1.00945	1.07904	.82471	1.07502	.95808	1.08082	1.06217	.56082
Variance		1.019	1.164	.680	1.156	.918	1.168	1.128	.315
Range		3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	2.00
Minimum		7.00	6.00	6.00	6.00	6.00	6.00	6.00	3.00
Maximum		10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	9.00	5.00
Sum		654.00	597.00	605.00	625.00	593.00	622.00	578.00	289.00

Frequencies

		Statistics				
		Tangibles	Reliability	Responsiveness	Assurance	Empathy
N	Valid	78	78	78	78	78
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		10.2564	4.0256	8.1026	7.9615	7.7949
Median		10.0000	4.0000	8.0000	8.0000	8.0000
Mode		9.00	4.00	8.00	9.00	8.00
Std. Deviation		1.47213	.80541	1.27503	.98617	.91678
Variance		2.167	.649	1.626	.973	.840
Range		9.00	2.00	4.00	3.00	4.00
Minimum		6.00	3.00	6.00	6.00	6.00
Maximum		15.00	5.00	10.00	9.00	10.00
Sum		800.00	314.00	632.00	621.00	608.00

PERHITUNGAN KATEGORISASI

Fungsi, Fitur, Keandalan, Conformance, Usia Produk, Pelayanan, Estetika					
Skor Max	5	x	2	=	10
Skor Min	1	x	2	=	2
Mi	12	/	2	=	6.00
Sdi	8	/	6	=	1.33
Baik	: $X \geq Mi + Sdi$				
Cukup	: $Mi - Sdi \leq X < Mi + Sdi$				
Kurang	: $X < Mi - Sdi$				
Kategori	Skor				
Baik	:	X	\geq	7.33	
Cukup	:	4.67	\leq	X	< 7.33
Kurang	:	X	<	4.67	

Perceived Quality					
Skor Max	5	x	1	=	5
Skor Min	1	x	1	=	1
Mi	6	/	2	=	3.00
Sdi	4	/	6	=	0.67
Baik	: $X \geq Mi + Sdi$				
Cukup	: $Mi - Sdi \leq X < Mi + Sdi$				
Kurang	: $X < Mi - Sdi$				
Kategori	Skor				
Baik	:	X	\geq	3.67	
Cukup	:	2.33	\leq	X	< 3.67
Kurang	:	X	<	2.33	

Tangibles					
Skor Max	5	x	3	=	15
Skor Min	1	x	3	=	3
Mi	18	/	2	=	9.00
Sdi	12	/	6	=	2.00
Baik	: $X \geq Mi + Sdi$				
Cukup	: $Mi - Sdi \leq X < Mi + Sdi$				
Kurang	: $X < Mi - Sdi$				
Kategori	Skor				
Baik	:	X	\geq	11.00	
Cukup	:	7.00	\leq	X	< 11.00
Kurang	:	X	<	7.00	

Reliability					
Skor Max	5	x	1	=	5
Skor Min	1	x	1	=	1
Mi	6	/	2	=	3.00
Sdi	4	/	6	=	0.67
Baik	: $X \geq Mi + Sdi$				
Cukup	: $Mi - Sdi \leq X < Mi + Sdi$				
Kurang	: $X < Mi - Sdi$				
Kategori	Skor				
Baik	:	X	\geq	3.67	
Cukup	:	2.33	\leq	X	< 3.67
Kurang	:	X	<	2.33	

Responsif, Assurance, Empathy					
Skor Max	5	x	2	=	10
Skor Min	1	x	2	=	2
Mi	12	/	2	=	6.00
Sdi	8	/	6	=	1.33
Baik	: $X \geq Mi + Sdi$				
Cukup	: $Mi - Sdi \leq X < Mi + Sdi$				
Kurang	: $X < Mi - Sdi$				
Kategori	Skor				
Baik	:	X	\geq	7.33	
Cukup	:	4.67	\leq	X	< 7.33
Kurang	:	X	<	4.67	

HASIL KATEGORISASI

KUALITAS PRODUK

Fungsi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Baik	56	71.8	71.8	71.8
	Cukup	22	28.2	28.2	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

Fitur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Baik	45	57.7	57.7	57.7
	Cukup	33	42.3	42.3	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

Keandalan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Baik	49	62.8	62.8	62.8
	Cukup	29	37.2	37.2	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

Conformance

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Baik	50	64.1	64.1	64.1
	Cukup	28	35.9	35.9	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

Usia Produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Baik	40	51.3	51.3	51.3
	Cukup	38	48.7	48.7	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

Pelayanan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Baik	50	64.1	64.1	64.1
	Cukup	28	35.9	35.9	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

Estetika

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Baik	40	51.3	51.3	51.3
	Cukup	38	48.7	48.7	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

Perceived Quality

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Baik	51	65.4	65.4	65.4
	Cukup	27	34.6	34.6	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

KUALITAS JASA

Tangibles

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Baik	35	44.9	44.9	44.9
	Cukup	42	53.8	53.8	98.7
	Kurang	1	1.3	1.3	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

Reliability

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Baik	54	69.2	69.2	69.2
	Cukup	24	30.8	30.8	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

Responsiveness

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Baik	51	65.4	65.4	65.4
	Cukup	27	34.6	34.6	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

Assurance

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Baik	47	60.3	60.3	60.3
	Cukup	31	39.7	39.7	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

Empathy

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Baik	49	62.8	62.8	62.8
	Cukup	29	37.2	37.2	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

HASIL PENILAIAN RESPONDEN PADA KUALITAS PRODUK DAN JASA

Kualitas Produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Fungsi	35	44.9	44.9	44.9
	Fitur	3	3.8	3.8	48.7
	Keandalan	4	5.1	5.1	53.8
	Conformance	7	9.0	9.0	62.8
	Usia Produk	3	3.8	3.8	66.7
	Pelayanan	8	10.3	10.3	76.9
	Estetika	6	7.7	7.7	84.6
	Perceived Quality	12	15.4	15.4	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

Kualitas Jasa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tangibles	3	3.8	3.8	3.8
	Reliability	29	37.2	37.2	41.0
	Responsiveness	17	21.8	21.8	62.8
	Assurance	14	17.9	17.9	80.8
	Empathy	15	19.2	19.2	100.0
	Total	78	100.0	100.0	